

Міністерство освіти і науки України  
Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (м. Дніпро, Україна)  
Запорізька державна інженерна академія (м. Запоріжжя, Україна)  
Інститут економіки ім. Паата Гугушвілі  
Тбіліського державного університету імені Іване Джавахішвілі (м. Тбілісі, Грузія)  
Клайпедський університет (м. Клайпед, Литва)  
Лодзинський університет (м. Лодзь, Польща)  
Навчально-науковий інститут Економіки та менеджменту  
Національного авіаційного університету (м. Київ, Україна)  
Регіональний філіал Національного інституту стратегічних досліджень (м. Дніпро, Україна)  
Університет прикладних наук (м. Міттвайда, Німеччина)  
Університет професора доктора Асена Златарова (м. Бургас, Болгарія)  
«Alliance française de Dnipropetrovsk» (представництво у м. Дніпро)

---

*До 100-річчя Дніпропетровського національного  
університету імені Олеся Гончара (1918–2018)*

ЕКОНОМІКА і МЕНЕДЖМЕНТ 2017:  
ПЕРСПЕКТИВИ ІНТЕГРАЦІЇ  
ТА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

Збірник наукових праць

Міжнародної науково-практичної конференції  
(Дніпро, 23–24 березня 2017 р.)

В одинадцяти томах

Том 1. Економіка підприємства:  
проблеми та перспективи економічного  
та соціального розвитку в ХХІ сторіччі

Дніпро  
Видавець Біла К. О.  
2017

УДК 336  
ББК 65.01  
Е 45

*Затверджено на засіданні вченої ради економічного факультету  
(протокол № 8 від 23.03.2017)*

#### ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ

*Поляков М. В.* – д. ф.-м. н., проф., ректор Дніпропетровського національного університету імені Олеся Гончара, голова оргкомітету;

*Смирнов С. О.* – д. ф.-м. н., проф., декан економічного факультету Дніпропетровського національного університету імені Олеся Гончара;

*Гринько Т. В.* – д. е. н., проф., зав. кафедри економіки та управління підприємством Дніпропетровського національного університету імені Олеся Гончара;

*Грабчук О. М.* – д. е. н., доцент, зав. кафедри фінансів Дніпропетровського національного університету імені Олеся Гончара;

*Коваленко О. В.* – д. е. н., проф., зав. кафедри економіки підприємств Запорізької державної інженерної академії;

*Абесадзе Р. Б.* – д. е. н., проф., директор Інституту економіки імені Паата Гугушвілі Тбіліського державного університету імені Іване Джавахішвілі, Грузія;

*Раманаускас Юліус* – доктор габілітований, професор кафедри менеджменту Клайпедського університету;

*Гайдка Єжи* – д. е. н., професор, завідувач кафедри економіки промисловості та ринку капіталу Лодзинського університету;

*Ареф`єва О. В.* – д. е. н., професор, декан факультету економіки і підприємництва Інституту економіки та менеджменту Національного авіаційного університету;

*Шевцов А. І.* – д. т. н., професор, директор Регіонального філіалу Національного інституту стратегічних досліджень у місті Дніпро;

*Серджо Велеско* – д. е. н., професор міжнародного менеджменту факультету економіки університету прикладних наук у м. Миттвайда, Німеччина;

*Дімітров Іван* – доктор, професор Університету професора доктора Асена Златарова, Болгарія;

*Орельєн Мас* – директор Дніпропетровського Альянс Франсез;

*Почечун О. І.* – к. е. н., доцент кафедри економіки та управління підприємством Дніпропетровського національного університету імені Олеся Гончара;

*Рябік А. Є.* – к. е. н., доцент кафедри економіки та управління підприємством Дніпропетровського національного університету імені Олеся Гончара.

Е 45 Економіка і менеджмент 2017: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку : зб. наук. праць Міжнар. наук.-практ. конф., 23–24 берез. 2017 р. : в 11 т. – Дніпро : Біла К. О., 2017.

ISBN 978-617-645-260-7

Т. 1 : Економіка підприємства: проблеми та перспективи економічного та соціального розвитку в XXI сторіччі. – 2017. – 116 с.

ISBN 978-617-645-261-4

У збірнику надруковано наукові праці Міжнародної науково-практичної конференції, яка відбулася 23–24 березня 2017 року в Дніпропетровському національному університеті імені Олеся Гончара.

Для студентів, аспірантів, викладачів ВНЗів та наукових закладів.

**УДК 336  
ББК 65.01**

ISBN 978-617-645-260-7

ISBN 978-617-645-261-4 (Т. 1)

© Авторський колектив, 2017

**Davyskub M. D.**

*Dnipropetrovsk State University of Agriculture and Economics (Ukraine)*

**INFORMATION SUPPORT OF LOGISTICS ACTIVITIES OF  
AGRICULTURAL ENTERPRISES**

Generalization of the concept of information logistics and determining the structure of information logistics system in relation to agricultural enterprises and the requirements to it represents the theoretical and practical interest in the conditions of uncertainty and lack of information. Until recently, the role of information in logistics has not been deeply studied. First of all, it is because the main drawback was the convenience of technologies for collecting and storing information for users.

The enterprise is an open system, which associated with suppliers, customers, freight forwarders and transport organisations by material and information flows. For adequate formation of logistics information it is important that the data were collected as close as possible to the place of the supply activity, where events occur that are their source.

Today, the adoption of managerial decisions and the opportunity to link mutual interests in real-time are possible only with a high degree of awareness of leaders and managers. At the same time it became possible to improve significantly the speed and quality of data processing thanks to development of computer technologies. They allow creating effective system of regulation and control of resource flows, to provide production flexibility. Consequently, these technologies led to the emergence of the concept of «logistics management information system» (LIS) [2, p. 342].

It should be noted that the structure of the LIS (Logistics management information system) is built such well known systems as: electronic data interchange – Electronic data interchange (EDI), e-mail, value-added networks (VANs), system of Quick response (QR), the system effective response to consumer demands – Efficient consumer response (ECR), Decision support system (DSS), Statistical process

control (SPC), bar coding, collecting information at the points of sales – Point-of – sales (POS). These systems should be the basis for building the general concept of enterprise management in agriculture, which uses ERP-system.

ERP-system (Enterprise Resource Planning System) is a system of enterprise resource planning, tools of transactional nature, which is used across the enterprise and provides data and reduce the manual activities and tasks associated with the processing of financial, production and inventory information. The purpose of this system is to facilitate the flow of information between all business units (business functions) within the enterprise and information support relationships with other companies. ERP-system, built on the basis of a centralized database, generates a standardized common information space of the enterprise and fully meets the needs of each unit separately [1, p. 21].

For the development of logistics information systems in agricultural production it is necessary to take into account:

- 1) the need for the development of agricultural marketing systems, financial and operational management;
- 2) the possibility of increased access to the LIS for external users with compliance of information security and access rights;
- 3) the use of algorithmic, hardware and software processes for information modules compatibility;
- 4) creation of unitary database of customers, suppliers and partners;
- 5) creation of appropriate functional components (systems of collection and analysis of information, document flow and project management, document storage, etc.) to ensure the system integrity.

Logistics information system of agricultural production needs to be seen not only as a set of information technologies and software, but also as the relationship of these elements with the information flow coming from all participants in the system. The information system will only be effective if given the control, regulation and

quick response to process changes, both inside and outside. Logistics information should occupy a paramount place in the system of activities regulation of agricultural enterprises. The advantage of the logistics information system is that enterprises depending on their size and needs can choose a set of components that better ensure the ratio of «cost – benefit».

#### **List of references:**

1. Larson P. D. (2004). Logistics Versus Supply Chain Management: An International Survey [Электронный ресурс] / P. D. Larson, A. Halldorsson // International Journal of Logistics: Research and Applications. Vol.7, No.1, pp. 17–31. – Режим доступа : <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13675560310001619240>
2. Sergeev V. (2008). Logistika: informacionnye sistemy i tehnologii [Logistics: information systems and technologies] / V. Sergeev, M. Grigor'ev, S. Uvarov. – Moskow, Russia : Al'fa-Press, 2008. – 608 p.

**Ivanchik R. O.**

*Dnipropetrovsk State University of Agriculture and Economics (Ukraine)*

#### **CURRENT STATE AND DEVELOPMENT PROSPECTS OF AGRICULTURAL LOGISTICS IN UKRAINE**

The modern stage of logistics development in Ukraine, which belongs to large industrial and agrarian countries of the world, is characterized by complex social and economic processes of creating an efficient market economy and logically needs radical changes in economic policy. First of all, it concerns the agricultural sector, since this sector is the base for the implementation of market reforms in all sectors of the economy. Agrarian reform is a set of priority measures aimed at creating a favorable economic environment for agriculture development and an early exit from its crisis. One of the tools of developed market economy should be agricultural logistics.

The use of logistic approaches in Ukrainian enterprises management in general and logistic approaches in inventory management is a relatively new direction in

agriculture, these approaches are only emerging. However, the majority of agricultural enterprises have fully appreciated the role and high efficiency of logistics, so it is time for the development of scientific methods, models of planning, control and management processes that arise in the process of providing agricultural enterprises with raw materials and materials, to bring agricultural products to the consumer, etc.

Logistics management is extremely important for agricultural enterprises, because logistics management is addressing production challenges by planning and coordination of material and the related financial and information flows in the whole logistic chain. The specificity of agricultural production causes certain features of application of logistic management methods in general and stocks in particular.

At present, in the opinion of Ukrainian scientists in the field of logistics, there are several factors constraining the development of modern agricultural logistics in Ukraine, in particular, it is the economic crisis, which has not finished yet, the incomplete solution of the question of ownership; decline in production; imperfect accounting system; there are deficiencies in professional training, etc. In addition, fundamental changes in the structure of enterprises and the creation of more flexible organizational structures are necessary [1, p. 26]. The researchers still put the lack of proper state approach to the problems of logistics on the first place, which is manifested in the absence of appropriate facilities and investment in the development of the industry, the lack of the state program of logistics development.

Today, finding ways to reduce costs takes place in the direction of improving the management of supply, sales and storage of goods, improving marketing activities, deepening cooperation between suppliers and etc. The concept of integration of all these processes is called logistics. Attempts to minimize the total costs and to improve quality are not accidental. In countries with developed market economies, the distribution sector typically accounts for about one third of the gross national product. Moreover, almost half of this figure accounts for storage of material resources stocks [2, p. 28].

Agricultural logistics can improve the efficiency of transportation and storage of agricultural products in Ukraine. So that the final product was competitive, it is essential that all participants in the logistics chain considered logistics not as a series of separate activities but as a single integrated system that allows to work together and to achieve the minimization of total costs [3, p. 448]. In this case, it is possible to ensure the supply of goods at low prices not at the expense of quality, but through the concerted actions of all its members.

Today, the main directions of improving the system of agricultural logistics in the enterprises of Ukraine, in our opinion, are:

1) adoption of the national programme of agricultural logistics development on the example of the leading countries of the world;

2) agrarian sector reforming and the development of an appropriate regulatory framework that would regulate work of agricultural enterprises;

3) development and implementation of an appropriate system of financing agricultural logistics;

4) improvement of investment attractiveness of the logistics sector through the introduction of special tax regimes and preferential customs tariffs for the enterprises in a certain period of time (one-three years), etc.

Thus, agricultural logistics offers relatively new and extremely effective mechanism that can bring a new level of agriculture in Ukraine. Today, agricultural logistics is at the stage of its development in the country, provided overcoming the main obstacles to the development of this trend and create conditions for improving agricultural logistics for enterprises in agribusiness it is possible to expect high performance of this industry.

#### **List of references:**

1. Larson, P. D., Halldorsson, A. (2004). Logistics Versus Supply Chain Management: An International Survey [Электронный ресурс] // International Journal of Logistics: Research and Applications. Vol.7, No.1, pp. 17–31. – Режим доступа : <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13675560310001619240>

2. Smyrnov Y. H. (2012). Ahrolohistika v Ukraine: sovremennoe sostoyanie, problemy i perspektivy razvitiya [Agrarian logiistics in Ukraine: current state, problems and development prospects]. Lohistika: problemy i resheniya [Logistics: problems and solutions]. Vol.4, No.1, pp. 26-37. – <http://aapu.com.ua/wp-content/uploads/2013/08/journal2013.pdf>
3. Velychko O.P. (2013) Logistical grounding for solutions in agribusiness by the method of integral estimation of criteria of selection // Journal of Economy and Entrepreneurship. – Vol.7. – No.2. – P. 446–451.

**PhD Samoilenko A. O., Lysykhin O. G.**

*Oles Honchar Dnipropetrovsk National University (Ukraine)*

### **DEVELOPMENT OF TRANSPORT LOGISTICS IN UKRAINE**

Transport as the leading branch of the economy ensures the functioning and development of the economic in the country. It is the fundamental basis of their interaction during economic development. The problems of the transport industry are exacerbated by enterprises – the main consumers of transport services, which are not able to provide sufficient traffic volumes, and therefore, the level of profitability, corresponding to modern needs. The main objective of logistics in the field of transportation is to eliminate disruptions in the case of continuous movement of goods and vehicles from the point of departure to the destination. Problems in transport are represented in the form of worn-out rolling stock: its underloads, imperfections of the cargo insurance system and vehicles and difficulties in organizing the interaction of several modes of transport.

The theme of transport logistics is most relevant, therefore, it is necessary to understand the level of its development, before making plans or strategies. The data of the State Statistics Committee of Ukraine show that the largest share in the implementation of the transit potential of the country has water (and sea) transportation – almost 67 % and railroad – 11 %. Transport logistics of Ukraine is at the level of youth, but in the future, it has good chances to reach the level of European countries [1].



The development of transport logistics in Ukraine is one of the necessary conditions for further structural reorganization of the economy in the state, increasing the competitiveness of domestic goods and services in world markets and integrating the country into the system of international relations, which is dynamically developing. Great influence in the short term on the activities and development of transport, the formation of the Ukrainian transport market has such aspects:

- Strict requirements for emissions of motor vehicles.
- The processes of world political and economic globalization and, correspondingly, the globalization of transport systems and processes, the movement of goods flows between states, regions, continents.
- Wide introduction of the principles of transport logistics, built on the achievements of information technologies and world-class requirements, into the system of domestic transport services [2].

The development of transport logistics in Ukraine has differences in the development of the transport market and logistics services in the capital of Ukraine and its regions. This is often answered by the fact that Kiev still speaks for itself, but there are forecasts that the first capital of Ukraine will soon compete with the largest in terms of quantity and quality of employees [3]. Nevertheless, analyzing the activities of Ukrainian transport enterprises, it is possible to identify the main problems that are encountered throughout the country:

- Insufficient quality of transport services.
- Wear-out of rolling stock.
- Underloading of rolling stock.
- Imperfection of the cargo and vehicle insurance system.
- Difficulties in organizing the interaction of several modes of transport.
- Limited access by rail roads to many localities and to most of the final delivery points.
- Monopoly on rendering services for rail road delivery by the state company. It is very difficult to get the appropriate service and attitude to the client, as in any state structure [4].
- Complexity of registration and documentary support of transportations.

To summarize, it should be said that the need for a logistics business is proven even in a crisis: logistics operators have learned to optimize customers work with logistics companies. The next stage is an increase in the profitability of such business and its emergence into a phase of active investment. For this, it is necessary to fulfill the main tasks of transport organizations, namely:

- Reducing the cost of transportation and improving their quality.
- Reduction of delivery terms.
- Harmonious combination in the market of transport services of all types of modern transport, as well as their coordination in the case of multimodal transport.
- Creation of a common information space in the transport industry.
- It is necessary to develop documentation for interaction with railways, including transportation of universal containers by rail into a single information base for the movement process [5].

Therefore, the system of transport logistics of Ukraine is at the level of «youth development». Following certain rules, solving problems and overcoming existing problems, transport logistics in the future can compete with European systems.

#### **List of references:**

1. State Statistics Committee of Ukraine [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. Edited by Kenneth Button, University Professor, School of Policy, Government and International Affairs, George Mason University and Henry Vega, former Research Fellow, George Mason University, US (2012), «The Globalization of the World Economy series», «Globalization and Transport».
3. Logistics. Ukraine. Railroad Transport [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrlogist.com/article/vne-kategorij/1315>
4. State Monopoly Holding Back Logistics Sector [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://asokoinstight.com/news/state-monopoly-holding-back-logistics-sector-private-actors-say-ethiopia>
5. Belyaev V. M. (2014), «Organization of auto transportation and safety of transportation», MADI.

**Christina Saulich, Prof. Dr. Veit Wohlgemuth**

*University of Applied Sciences HTW Berlin (Germany)*

## **BEYOND UPPSALA: PATHWAYS OF SME INTERNATIONALIZATION**

**Introduction.** Globalization has changed the business environments for small and medium-sized enterprises (SMEs) dramatically. The increasing internationalization of markets has created new business opportunities for SMEs. At the same time the latter are faced with enhanced competition which requires new strategies and capabilities in order to remain internationally competitive. In the light of these developments the internationalization of SMEs has become an important and multi-faceted field of research.

SME internationalization refers to the «process of adapting firms' operations (strategy, structure, resource, etc.) to international environments» [2]. The past four decades of research on SME internationalization have revealed that SMEs follow different pathways to internationalization [1; 6; 8–10]. In the course of empirical studies three predominant stereotypical internationalization patterns have been identified: 1) incremental internationalization; 2) radical internationalization; and 3) late internationalization. These patterns differ in terms of the timing of entry into foreign markets, the scope, and the scale of internationalization.

This paper seeks to provide an overview of the internationalization patterns and pathways of small and medium-sized firms. The next part briefly introduces the terms internationalization pattern and internationalization pathway and provides an overview of the three stereotypical internationalization patterns that have been identified in the literature, namely, the Uppsala model, the born global model, and the born-again global model. The paper concludes with a discussion of the limitations of the three internationalization patterns and maps out two avenues for future research.

**Patterns and Pathways of SME Internationalization.** An internationalization pattern refers to «firm-level behavior that crosses national borders and can be evidenced at specific points in time» [10]. The term implies that firms/entrepreneurs

adopt similar responses when facing specific situations. In the course of its internationalization process an SME may live through various internationalization patterns which make up its unique internationalization pathway [9]. This pathway may encompass different episodes, including de-internationalization [1]. A firm's actual internationalization pathway can hence only be analyzed through longitudinal studies with several points of measurement over time [9].

The internationalization pathways of firms are determined by a number of internal and external factors. On the one hand, the internationalization pattern an SME chooses depends on the interaction between a range of factors at firm level, e. g. internal resources or the entrepreneur's experience and mindset, and the environment in which the firm operates [9]. On the other hand, the type of industry, e. g. manufacturing or services, may also determine SMEs' internationalization patterns [1]. Proponents of network theory [3] have stressed the fact that the internationalization patterns of SMEs are linked to the networks in which they are embedded. Networks can provide access to information, finance, and human resources that promote a firm's internationalization [1]. Taken together, these factors also affect the outcome of a firm's internationalization process.

The internationalization patterns that distinguish internationalization paths can be measured in terms of scope, scale, and time lag. The scope of internationalization usually refers to the number of target countries. However, it can also refer to a range of different aspects, including the number of regions and continents, the distance between the home and the foreign markets, a ratio of less than 50 % of sales within the home continent, or the diversity of nationalities among employees located in different regions. The scale of internationalization encompasses a firm's operation mode(s) and its export intensity. The term operation mode refers to the mode of entry that a firm pursues when operating in foreign markets, e.g. export or FDI. Export intensity can be measured by the foreign sales to total sales ratio [9]. Finally, the time lag indicates when SMEs start to engage in international activities. It is the primary differentiating factor between internationalization patterns [10]. While incremental

internationalization is characterized by a long time span between a firm's foundation and the beginning of its international activities, radical internationalization takes place between two and five years after the firm's founding [9].

The following three sub-sections provide an overview of the stereotypical internationalization patterns identified in the literature on SME internationalization. The internationalization process of an SME is not a linear process but highly individual and situation specific [1]. This implies a) that patterns change over time and at different speeds and b) that firms live through different internationalization episodes, including de-internationalization [9].

**Incremental Internationalization: The Uppsala Model.** The so-called 'Uppsala model' [4–6] views a firm's internationalization as a process with gradually increasing commitments to foreign markets. It helps to explain SMEs' foreign market selection and their operation modes over time. Scholars of the Uppsala model propose that SMEs internationalize in a step-by-step manner. Internationalization is understood as a self-reinforcing learning process where firms gradually gain deeper knowledge about foreign markets and in turn increase their commitment [10]. The model by Johanson and Wiedersheim-Paul [6] identifies four stages along the establishment chain: stage 1) no regular export activities; stage 2) export via independent representatives (agents); stage 3) sales subsidiary; and stage 4) production/manufacturing. Proponents of incremental internationalization argue that SMEs first enter foreign markets with a low psychic distance and – once they have acquired sufficient knowledge – successively expand to markets with greater psychic distance [5].

In the light of more recent research on SME internationalization the Uppsala model has attracted some criticism. Despite some empirical evidence of incremental internationalization not all firms internationalize in a gradual and linear, forward moving manner. Rather, some firms engage in international activities shortly after their founding. Critics of the Uppsala model therefore argue that it is too deterministic and fails to explain the emergence of so-called 'born globals' or international joint ventures [1; 10].

**Radical Internationalization: The Born Global Model.** Born globals, born regional or international new ventures follow the pattern of radical internationalization [8; 7; 12].

These types of firms are «business organization[s] that, from inception, seek[...] to derive significant competitive advantage from the use of resources and the sale of outputs in multiple countries» [12]. They are committed internationalists that internationalize from inception or shortly (two to five years) after their founding. This internationalization pattern is predominant among smaller technology-intensive firms operating in highly specialized global niches. The management of early internationalizing firms has a global focus and a strong commitment to invest specific resources into international activities. Born globals perceive the world as one market place, hence, psychic distance does not determine the selection of foreign markets [7; 10].

Radical internationalization challenges the idea of incremental internationalization proposed by the Uppsala model. In contrast to gradually internationalizing tradition firms, born globals follow a proactive and more structured approach towards internationalization. In some cases SMEs access international markets before they engage in their home market. Market expansion at the international and domestic level may also occur simultaneously or domestic markets are neglected altogether [1].

**Late Internationalization: The Born-Again Global Model.** The third and final internationalization pattern refers to long-established firms, commonly from traditional industries, that suddenly expand into foreign markets, i.e. are re-born as globally operating firms [1; 13; 14]. In most cases, a critical incident or a combination of incidents precipitates this sudden turn towards committed internationalization. Usually late internationalization results from a change in ownership and/or management, often combined with access to additional funding and/or networks. Sometimes firms suddenly internationalize in order to follow a domestic client into new markets or as a response to market innovations or new information technologies [1]. Born-again global firms differ from born globals in so far as they internationalize much later and can draw on a pool of resources for their internationalization process [10].

**Conclusion.** Research on the pathways of SME internationalization has revealed three predominant internationalization patterns. The Uppsala model describes a pattern of incremental internationalization with several stages of increasing international

commitment. The born global model focuses on radical internationalizers, i. e. firms that engage in international activities from inception or shortly after their founding. Finally, late internationalization refers to firms that are already well established in their home markets and suddenly internationalize in response to a critical incident.

Despite empirical evidence for all three internationalization patterns, the explanatory power of these stereotypical patterns is limited. Little attention is paid to variations of the three internationalization patterns with respect to the scope and scale of internationalization. A first attempt to address this limitation is provided by Kuivalainen et al. [9] in a theoretical overview of possible variations within internationalization patterns. For example, a born global firm with a high foreign to total sales ratio could operate in a large number of different countries via different operation modes. What is more, the division of firms into three categories is somewhat static and fails to depict that firms change their internationalization patterns over time. In fact, the unique internationalization pathway of a firm could include various episodes of internationalization, de-internationalization and mixed episodes, e.g. a simultaneous increase in scope and decrease in scale [9].

While the field of SME internationalization leaves ample room for further studies we propose two avenues for future research. First, the reciprocal relationships between external and internal factors that shape a firm's internationalization pathway, the (varying) internationalization patterns it pursues, and its internationalization outcomes remain unclear. This holds true for the links between different internationalization pathways and the performance of SMEs over time as well as for the backlashes of specific internationalization patterns on internal firm factors [9; 10]. Second, the internationalization patterns described above predominantly focus on the internationalization of SMEs in industrialized countries. However, the context of SME internationalization in developing countries may differ substantially [11]. Future research on SME internationalization in the Global South could therefore reveal further internationalization patterns.



**List of references:**

1. Bell, J., McNaughton, R., Young, S., & Crick, D. Towards an Integrative Model of Small Firm Internationalization / J. Bell, R. McNaughton, S. Young // *Journal of International Entrepreneurship*. – 2003. – № 4. – P. 339–362.
2. Calof, J. L., & Beamish, P. W. Adapting to Foreign Markets / J. L. Calof, P. W. Beamish // *International Business Review*. – 1995. – № 2. – P. 115–131.
3. Johanson, J., & Mattsson, L.-G. Internationalisation in Industrial Systems – A Network Approach // U. Holm, M. Forsgren, J. Johanson – *Knowledge, Networks and Power*. The Uppsala School of International Business. – 2015. – P. 111–132.
4. Johanson, J., & Vahlne, J.-E. The Internationalization Process of the Firm – A Model of Knowledge Development and Increasing Foreign Market Commitments / J. Johanson, J.-E. Vahlne // *Journal of International Business Studies*. – 1977. – № 8. – P. 23–32.
5. Johanson, J., & Vahlne, J.-E. The Uppsala Internationalization Process Model Revisited / J. Johanson, J.-E. Vahlne // *Journal of International Business Studies* – 2009. – № 40. – P. 1411–1431.
6. Johanson, J., & Wiedersheim-Paul, F. The Internationalization of the Firm – Four Swedish Cases / J. Johanson, F. Wiedersheim-Paul // *Journal of Management Studies*. – 1975. – № 12. – P. 305–322.
7. Knight, G. A., & Cavusgil, S. T. Innovation, Organizational Capabilities, and the Born-Global Firm / G. A. Knight, S. T. Cavusgil // *Journal of International Business Studies*. – 2004. – № 35. – P. 124–141.
8. Knight, G. A., & Cavusgil, S. T. The Born Global Firm / G. A. Knight, S. T. Cavusgil // *Advances in International Marketing*. – 1996. . – № 8. – P. 11–26
9. Kuivalainen, O., Sundqvist, S., Saarenketo, S., & McNaughton, R. Internationalization Patterns of Small and Medium - sized Enterprises / O. Kuivalainen, S. Sundqvist, S. Saarenketo, McNaughton, R. // *International Marketing Review*. – 2012. – № 29. – P. 448–465.
10. Olejnik, E. *International Small and Medium-Sized Enterprises* / E. Olejnik. – Wiesbaden: Springer Gabler., 2014. – 200 p.
11. Osei-Bonsu, N. Understanding the Internationalization Process of Small-to-Medium-Sized Manufacturing Enterprises (SMEs): Evidence from Developing Countries / N. Osei-Bonsu // *European Journal of Business and Management*. – 2014. – № 6. – P. 167–186.
12. Oviatt, B. M., & McDougall, P. P. Toward a Theory of International New Ventures / B. M. Oviatt, P. P. McDougall // *Journal of International Business Studies*. – 1994. – № 25. – P. 45–64.
13. Schueffel, P., Baldegger, R., & Amann, W. Behavioral Patterns in Born-Again Global Firms / P. Schueffel, R. Baldegger, W. Amann // *Multinational Business Review*. – 2014. – № 4. – P. 418–441.
14. Stieg, P., Hiebl, M. R. W., Kraus, S., & Schlüssler, F. Born-Again Globals: Generational Change and Family Business Internationalization / P. Stieg, M. R. W. Hiebl, S. Kraus, F. Schlüssler // *European Journal of International Management*. – forthcoming.



**Shevchenko O. V.**

*Dnipropetrovsk State University of Agriculture and Economics (Ukraine)*

**«GREEN» (ENVIRONMENTAL) LOGISTICS  
IN AGRARIAN SECTOR OF ECONOMY**

Strengthening of environmental, social and moral problems and the growth of the living standard of population increase people worries on the results of the economic activity in the agricultural sector.

The modern stage of entrepreneurship development considers logistics as one of the factors of environmental preservation, since logistics performs functions of supply, moving, storage and delivery of finished products to customers.

The modern system agrologistics in Ukraine has the following features [1]:

- insufficient level of provision of agricultural producers with storage facilities for the storage of grain, fruits and vegetables;
- the poor state of roads, access roads and the deterioration of their transport and operational performance because of excessive vehicle loading, which leads to deterioration in the quality of goods and increases the delivery time, increasing its cost;
- imperfection of the system of wholesale distribution of agricultural products;
- slow consolidation of small producers to create or join existing agricultural service cooperatives, which would allow the formation of a consignment of products for distribution and reduce logistics costs.

As a result, the modern state of agricultural logistics does not meet requirements and cause economic losses to the agricultural producers and other financial institutions that participate in the promotion of agricultural products on the markets.

As above factors have an unfavourable impact on the environment, so in terms of the environment, the concept of agricultural logistics must consider not only resource-saving logistics processes, but also the reduction of harmful emissions and the disposal or recycling of residues. «Green» (environmental) logistics combines the given guidelines [3].

The main purpose of «green» logistics management is to obtain integral ecology and economy result as the effect of process optimization in the flows of the production logistics system, which will ensure: reduction of rejects and loss of resources during storage and transportation; reduction of waste and improving the overall environmental quality of products (services).

To achieve its goal «green» logistics provides the following measures to reduce harmful effects on the environment and improve the economic result of the business activities:

- selection of raw materials suppliers according to the criterion of maximum reduction of production waste (what materials it uses, how recycles waste, how reduces fuel consumption, etc);
- adherence to the policy of «zero defects»;
- reduction of inventory through planning system improvement and costs regulation as a consequence of reducing the amount of waste produced over the same period of time;
- transportation by optimal routes, which implies the reduction of empty vehicles mileage;
- use of reverse containers to facilitate reuse packaging materials and reduce waste;
- improvement of the packaging in which products are stored.

Realizing significant losses due to agrologistics suboptimal structure, Ukrainian agrarians initiate self-improve of their own logistics system, but it's not enough: all the events have unitary and chaotic character. Effective formation of a «green» logistics must become a mandatory element of improving the infrastructure of the national economy as it will increase the farms profitability by reducing overhead costs, reduce the length of goods turnover and to create a continuous chain of material management, that in general will help to reduce losses of crops grown, improving the population supply with food products at more affordable prices, promotion of products of domestic agricultural producers on international markets, increasing environmental conservation and energy independence.

However, despite the prospects and the performance of «green» logistics introduction, this area remains very expensive and has advantages only in the long term perspective [4]. Therefore, the government needs to encourage farmers to reform by implementing a system of credits, harmonized tax laws and other levers of influence. After all, «green logistics» is an example of socially useful and business and income symbiosis of ecology and economy, which satisfies conditions such as environmental preservation and profitability growth of agricultural activities [2].

#### **List of references:**

1. Zhurakovs'ka L. A. Pershocherhovi zakhody shchodo rozvytku ahrarnoyi lohistyky v Ukrayini [Електронний ресурс] / L. A. Zhurakovs'ka. – Режим доступу : <http://www.niss.gov.ua/articles/1589>
2. Mashchak N. M. Stratehichna uzgodzhenist' lohistychnoyi diyal'nosti pidpryemstva na ekolohichnykh zasadakh / N. M. Mashchak // Marketynh i menedzhment innovatsiy. – 2011. – № 4. – P. 282.
3. Rodrigue J.-P. Green logistics (the paradoxes of) / J.-P. Rodrigue, B. Slack, C. Comtois. – London : Pergamon – 2001. – P. 339–350.
4. Rogers Ds. An examination of reverse logistics practices / Ds. Rogers. R. Tibben-Lembke // Journal of Business Logistics. – 2001. – # 22 (2) – P. 129–145.

**Velichko R. V., Yudintseva A. S., Kurinna I.**

*Oles Honchar Dnipropetrovsk National University (Ukraine)*

#### **ASSESSMENT OF THE ENTERPRISES COMPETITIVENESS**

The problem of competitiveness is one of the most important cities in modern conditions of development of society, both national and international levels. One of the strategic directions of the state in the sphere of ensuring the competitiveness of domestic producers is the creation of competitive advantage.

Competitiveness applies to all links. A special advantage it gets, when we're talking about the enterprise as basic link of economy. There are many factors that affect competitiveness, but the biggest of them is the ability to produce competitive products and be able to create the conditions for introducing it to the market.

If we are talking about the competitiveness of the enterprise as an economic category, we understand that this is a real and potential ability of the enterprise to design, manufacture and implement products that are more interesting for consumers than the products of competitors. Here are the main differences in these categories:

1. Competitiveness of enterprise is quite a long period of time, while the competitiveness of products applied in the `nice` time intervals (month, week, day);
2. Assessment of the organization's activities can provide both the consumer and the businessman;

In order to stay afloat, businesses need to have the capacity sufficient to maintain market competitiveness in the face of strong struggle.

Resources of the enterprise are a certain collection of his achievements, reserves, opportunities that can give them a competitive advantage in the market, and will prove capable of achieving strategic goals.

We have identified a list of the main indicators of the competitiveness of enterprises, which includes the following criteria: the range of products, quality of products, service culture, the location of retail trade enterprises, price attractiveness, the atmosphere of retail trade enterprises, integrated marketing communications.

The return on sales and market share are crucial indicators which need to use to determine the competitiveness of retail businesses.

The profitability is one of the most important indicators of the economic efficiency of the enterprise, organization, association, in the spheres of economy and housekeeping in general. The profitableness of sales comprehensively reflects the degree of using material, labor and penny resources, and natural resources.

The market share is the relation between the sales of a certain product of the company and the total sales volume that is done by all the organizations which are operating in the market. This economic indicator is decisive in assessing the competitive position of the organization.

The main goal of every economist who studies the problem of assessing the competitiveness of enterprises is to determine the criteria of competitiveness that causes

them and factors of influence. We considered the most common methods for determining these criteria:

1. Matrix methods. When we apply this method, we are talking about assessment of the enterprise activity and its products in terms of marketing. The base is an analysis of the competitiveness considering the life cycle of enterprise.

2. Methods that determine the competitiveness production of the enterprise by assessing of production of the enterprise. These methods are based on the hypothesis that the higher the competitiveness of products is, the higher the competitiveness of the enterprise in general is.

3. Methods based on the theory of effective competition. The essence of the approach in this method is ordinary assessment of the ability of enterprises in order to ensure competitiveness.

So, the main measures that can be the direction to achieve enterprise competitiveness are:

- improving quality, technical and economic indicators of the product of the enterprise;

- make quality and technical and economic parameters of product most ergonomically according to the requirements of consumers;

- an analysis of alternatives product, and software advantages over them;

- to analyze the products analog competitors, and identify their strengths and weaknesses, and use the result in the firm;

- consider the price factor improving competitiveness of products and, whenever possible, to use methods of pricing policies;

- finding new sales channels, new variants of using of the product, improve product under development STC;

- use the method of effects on consumers that is the promotion through advertising.

**List of references:**

1. Чайников В. Н. Конкурентоспроможність підприємства : навч. посіб. / В. Н. Чайников. – Тамбов : Вид-во Тамбо. держ. техн. ун-ту, 2007.
2. Драгунова И. В. Оцінка конкурентоздатності у сфері послуг / И. В. Драгунова // Економіка і економічні науки. – 2010. – № 19. – С. 43–48.

**Doctor of Science (in Economics) Velychko O. P.**

*Dnipropetrovsk State Agrarian and Economic University (Ukraine)*

**Doctor habil. Ramanauskas J.**

*Klaipeda University (Lithuania)*

**EVOLUTION OF PRODUCTION-LOGISTICS SYSTEM  
IN AGRIBUSINESS**

This issue is extremely essential for Ukraine nowadays, especially under the circumstances of integration towards economy of the European Union, formation and development in a new structure of agriculture, increase in producing capacities and export of food produce as well as increase in total role of agrarian sphere for the economy. Agrarian sector is one of the few sectors in economy of Ukraine which during different crises succeeded in keeping stability of its own development in fact on the background of general economic recession. At that the potential of agrarian enterprises at world markets has not been completely realized yet [1].

The attraction of the agrarian business in Ukraine during the last few years has been actively growing. According to FAO Ukraine is considered to be among the five most prospective agrarian countries. Furthermore demand and prices for food produce have been growing steadily at world markets during the last time. Under those conditions the effective task to develop agriculture is its further intensification and harmonization. It is also necessary to create integrated production-logistics systems which provide economical steadiness and stability for development of agricultural entrepreneurship [2].

It is worth paying attention that features of agribusiness to a big extent are connected with specific missions of different forms of entrepreneurship in organizational structure

of agriculture. Among them in agrarian sphere of the world economy the most distinct ones are private-corporate and farming-cooperative forms of activity. Both of them have the right to exist at the same time and carry out different useful functions. Owing to that the agrarian sphere in most developed countries is not viewed exclusively as a producer of food and a source of income to state budget but it is viewed as a complex social-economical system focused at the same time both on economical, ecological and social development of agrarian territories.

At that in the system of producing either of these forms tends to enlarge the process of land utilization with the purpose of applying economic advantages or effects from scales of agricultural business. But reaching the same aim is carried out using absolutely different ways: through rent relations and concentration of private capital as well as democratic unions of many producers for common performance of producing functions.

Negative traits are evident both in organization of logistical activity of different forms of agricultural entrepreneurship. Besides in corporate agrilogistic consequent stages of supply, maintenance of production and distribution are located within control from one side or several sides, and in cooperative – logistical chain is controlled through democratic management and multiple equal co-ownership. The purpose of the former is to maximize corporate financial results, while the purpose of the latter is to minimize logistical costs and increase in profit for members of the cooperative.

At that complex grounding of solutions and estimation of risks is an essential component of effectiveness in the system of state management in modern conditions. Such an issue becomes essential during the mentioned transformational changes in the society. An example of that could be the experience of carrying out agrarian reform in Ukraine in the second half of the 1990s.

Considering the mentioned above the research on the process of transformation and development of production-logistics enterprises in agrarian sector of economy of Ukraine is a very actual and important topic [3].



**List of references:**

1. Abromavičius looking for markets agricultural sector in the west (2015) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrpole.com/en/news/abromavichus-ishet-rynki-sbyta-agrarnogo-sektora-na-zapade>
2. Ramanauskas, J. & Stašys, R. (2015) Review of the Monograph by Oleksandr Velychko «Logistics in the System of Management of Enterprises in Agrarian Sector of Economy», Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development, Vol. 37, No. 4, pp. 598-602. DOI: 10.15544/mts.2015.51 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://mts.asu.lt/mtsrbid/article/view/973>
3. Velychko O., Velychko L. & Ramanauskas, J. (2016) Transformation and development of production-logistics enterprises in Ukrainian agrarian economy, Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development, Vol. 38, No. 1, pp. 70-87. DOI: 10.15544/mts.2015.51 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://mts.asu.lt/mtsrbid/article/view/973>

**Аманов С., к. е. н. Хуторської П. О.**

*Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**СТРАТЕГІЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ТА ЙОГО ОЦІНКА**

У сучасних умовах досить жорсткої конкурентної боротьби, успіху досягають тільки ті підприємства, які вибрали правильну стратегію свого розвитку і невблаганно наслідують її. Для цього важливою умовою є наявність стратегічних можливостей підприємства для реалізації заданої стратегії, тобто наявність певного стратегічного потенціалу і правильна його оцінка.

Спробуємо досліджувати описані в науковій літературі методи оцінки потенціалу підприємства з точки зору можливості їх застосування для оцінки саме адаптивного потенціалу, потенційних можливостей підприємства адаптуватися до зовнішнього середовища.

Одним з методів оцінки потенціалу підприємства, є метод Н. В. Шаланова, який зробив спробу побудувати математичну модель оцінки потенціалу багатовимірного динамічного об'єкту, яким є підприємство. Він вводить поняття потенційної функції, яка залежить від значень показників системи і еталонних значень цих же показників. Для побудови потенційної функції необхідно вибрати носій потенціалу (еталонний об'єкт). Оскільки розглядається один об'єкт



в динаміці, то слід визначити еталонні значення показників системи. Таким чином, підставивши еталонні значення показників і фактичні значення показників системи, можна оцінити потенціал усієї системи. Крім того, потенційна функція дозволяє здійснити прогноз потенціалу, задаючи майбутні періоди часу і прогнозні значення показників системи [3, с. 17–18].

За змістом ця методика схожа з індикативним методом оцінки параметрів. Цей метод полягає в розрахунку відхилень фактичних економічних параметрів виробництва від нормативних. А. В. Улезько говорить, що цей метод «дозволяє оцінити «вузькі місця» і можливості більш широкого використання ресурсів підприємства» [1]. Але тут же автор відмічає, що «основним недоліком індикативного методу є певна суб'єктивність самих нормативів, оскільки від їх якості і достовірності залежатиме напрям пошуку резервів зростання ефективності використання потенціалу» [1].

На нашу думку, такий самий недолік має і методика, запропонована Н. В. Шалановим – суб'єктивність еталонних значень різко знижує достовірність результатів, що отримуються в результаті оцінки.

А. В. Улезько у своєму дисертаційному дослідженні [2] також згадає метод грошової оцінки елементів потенціалу. За цією методикою можна оцінити ресурси підприємства в грошовому вираженні і ринкову вартість підприємства. Окрім цього, в ході оцінки дисконтується грошовий потік (сене якого полягає в тому, що величина прибутків перетвориться в поточну вартість підприємства).

Як стверджує А. В. Улезько, «використання цих показників дозволить прослідкувати в динаміці залежність ефективності використання потенціалу підприємства і рівень отримуваного доходу, що дозволить оцінити систему стратегічного управління конкурентоспроможністю підприємства» [2, с. 3]. Проте, треба відмітити про деякі недоліки такого підходу до грошової оцінки потенціалу, оскільки математичне складання ресурсів суперечить їх економічній суті і дає можливість судити тільки про масштаби активів. Тоді, як потенційні

ринкові можливості підприємства не досліджуються і залишаються за рамками уваги (маючи абсолютно однакову вартість економічних ресурсів, підприємства можуть працювати з різною економічною ефективністю).

Слід зазначити, що цей підхід припускає облік абсолютно усіх наявних ресурсів, а не тільки тих, які можуть бути реально задіяні в процесі виробництва, але не припускає обліку нематеріальних ресурсів (інформації, трудового потенціалу, ідей і технологій). Той же недолік і у індексного методу факторного аналізу, яким деякі автори пропонують оцінювати потенціал підприємства.

Зокрема, про факторний аналіз пишуть Г. Н. Чернишева, А. І. Москальов, Л. А. Черняєва [3, с. 45–47]. Цей підхід заснований на уявленні про комплексний характер явища, що вивчається, що виражається, зокрема, у взаємозв'язках і взаємообумовленості окремих ознак. Акцент у факторному аналізі робиться на дослідженні внутрішніх причин, що формують специфіку явища, що вивчається, на виявленні узагальнених чинників, які стоять за відповідними конкретними показниками.

При застосуванні індексного методу оцінки здійснюється приведення базової вартості ресурсів підприємства до сучасного рівня за допомогою індексу (чи ланцюжки індексів) зміни цін за відповідними ресурсами за відповідний період. За допомогою індексного методу можливе здійснення індексації витрат, з яких складається собівартість виробленої продукції. Також можлива оцінка динаміки ринкової вартості підприємства, і оцінка позиції підприємства відносно конкурентів. Основним недоліком індексного методу є визначення порівняльної ресурсозабезпеченості, а не сукупній корисності накопичених ресурсів. В той же час цей метод вимагає абстрагування від структури потенціалу і не враховує пропорційність поєднання окремих ресурсів.

### **Список використаних джерел:**

1. Улезько А. В. Стратегия формирования и тактика использования ресурсного потенциала сельскохозяйственных предприятий [Електронний ресурс] / А. В. Улезько. – Режим доступу : <http://iomas.vsau.ru/nauka/ar/u/e>

2. Улезько А. В. Стратегия формирования и тактика использования ресурсного потенциала сельскохозяйственных предприятий : автореф. дисс. канд. эконом. наук / А. В. Улезько. – Воронеж, 2004. – 18 с.
3. Чернышева Г. Н. К вопросу анализа экономических результатов и возможностей предприятия / Г. Н. Чернышева, А. И. Москалев, Л. А. Черняева // Экономика и коммерция. – 2003. – № 3-4. – С. 45–47.

**Антоненко С. О.**

*Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

## **АНАЛІЗ ПРОБЛЕМ ТА ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ МЕТАЛУРГІЙНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ**

Показники розвитку України за 2016 рік свідчать, що криза останніх трьох років в економіці поступово минає. Вітчизняна промисловість почала відроджуватись та сформувались наступні тенденції. По-перше, підприємства активізували свою діяльність щодо пошуку нових партнерів та нових ринків збуту. По-друге, промисловість України все більше інтегрується до глобальних світових процесів та переходить на світові стандарти якості та логістики.

Металургія і надалі залишається локомотивом вітчизняної промисловості, на яку за підсумками 2016 року припадає більше третини валютних надходжень України. Проте, з листопада минулого року Україна перемістилась з 10 на 11 місце у світовому рейтингу виробників сталі за даними World Steel Association [3]. В той же час, один з найбільших виробників сталі та виробів з неї, корпорація «Інтерпайп» скоротила обсяги продажів на 10 % [2]. Отже, зрозуміло, що галузь має значні проблеми, які гальмують її розвиток.

Розглянемо проблеми починаючи з сировини і закінчуючи збутом готової продукції.

Вітчизняні металургійні заводи в своїх більшості використовують залізну руду. При чому, Україна також експортує залізну руду до інших країн. Минулого року було втрачено значну частку китайського ринку, проте вдалося компенсувати

за рахунок входження на ринки Сербії, Японії та Південної Кореї [3]. В той же час виробництво сталі з брухту все ще переживає падіння через брак сировини. На ринку металобрухту склалася ситуація, коли вигідніше експортувати, ніж продавати всередині країни. В 2015 році для внутрішнього споживання було заготовлено 4,2 млн т (дефіцит складав 25 %), а 2016 року – 3,9 млн т (дефіцит становив 29 %) [1]. Це позначалось не тільки на кількості виробленої сталі, але й на її собівартості, оскільки виробники вимушені були закуповувати сировину за кордоном. Проте, дана проблема має бути вирішена вже 2017 року: указом президента вивізне мито для металобрухту підвищено з 10 євро/т до 30 євро/т. Паралельно з цим було скасовано 5-відсоткове мито на ввезення брухту чорних металів [4]. Такі дії мають позитивно позначитись на зниженні собівартості сталі вітчизняного виробництва.

Також, останні роки гостро стоїть питання енергоносіїв. За останні 3 роки державою обмежено норми споживання для промисловості на 30 %. В той же час ціни на газ та електроенергію зросли в більше ніж в 2 рази (залежить від регіону споживання та постачальника послуг) [4]. Вирішення цього питання прямо залежить від розв'язання такої проблеми, як використання застарілих технологій. Більшість українських металургійних підприємств засновано в першій половині ХХ століття і з тих пір використовуються ті самі доменні печі. Дана технологія вимагає значних витрат природного газу, який країна імпортує. В той же час перехід на електроплавильні печі знизив би собівартість готової продукції та забезпечив би більш високий рівень економічної безпеки. Не варто вже казати, що такий спосіб виробництва знижує шкідливі викиди в атмосферу на 70 % [3].

З 2014 року вітчизняні підприємства втратили можливість реалізовувати свою продукцію на ринку Росії, що стало важким ударом для багатьох виробників. Тому, з 2015 року почалась переорієнтація на ринки країн ЄС, Північної Африки та Близького Сходу [4]. Пожвавленню експорту сприяли відміни

ввізних мит до ЄС на металопродукцію, що призвело до росту експорту в січні 2017 на 37,7 % відносно минулого року [1]. Значний прогрес можна оцінити за тим фактом, що експорт у країни Європи, Америки та Близького сходу продукції корпорації «Інтерпайп» в 2016 році вперше перевищив 50 % сукупного експорту компанії [2]. Крім того, погварвилось споживання на внутрішньому ринку. Це сталось за рахунок погварвлення супутніх галузей, основною з яких стала оборонна промисловість та підприємства, що виробляють продукцію подвійного призначення (Зоря-Машпроект, Запоріжтрансформатор тощо).

Проте, однією з головних проблем і надалі лишається відсутність органу координації промислової політики на державному рівні. Через це споріднені галузі (видобувна промисловість, енергетики, хімічна промисловість, металургія та машинобудування) не можуть узгодити свої дії. Це призводить до зриву тендерів, перевиробництва чи дефіциту певних продуктів. Тому вкрай необхідно створити профільний орган, який створить стратегію розвитку промисловості України та слідкуватиме за її реалізацією.

Отже, зробимо висновки. Вітчизняна металургійна галузь поступово оговтується від економічної кризи. Проте її розвиток гальмують ряд проблем. Деякі з них, такі як застарілі технології, відсутність енергозберігаючих заходів, проблеми з сировиною мають системний характер. Інші, такі як втрата традиційних ринків є наслідком непродуманої стратегії компаній. Для розв'язання проблем галузі необхідно здійснити цілий комплекс заходів. По-перше, має бути створено державний регулюючий орган. Найбільш доцільно, якщо це буде комісія або комітет при міністерстві економічного розвитку і торгівлі. Для залучення нових енергоощадних та екологічних технологій можливо користуватись різноманітними програмами та грантами, як надають партнери України, такі як ЄС, ЄБРР, СОТ тощо. За умови реалізації вищенаведених пропозицій якісні зміни можна очікувати вже найближчими роками.

**Список використаних джерел:**

1. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. Офіційний сайт корпорації «Інтерпайп» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://interpipe.biz>
3. Офіційний сайт World Steel Association [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.worldsteel.org>
4. Коваль І. Підсумки-2016: промисловість переведена в режим очікування [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://goo.gl/Lq4I9C>

**Баклашкин С. М., к. э. н. Хуторской П. А.**

*Днепропетровский национальный университет имени Олеся Гончара (Украина)*

**ФОРМИРОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ СТРУКТУРЫ  
ПРЕДПРИЯТИЯ С ПОЗИЦИИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА**

Большинству компаний и предприятий Украины приходится действовать в условиях жёсткой рыночной среды, или жёсткой конкуренции, когда, либо побеждаете вы, либо побеждают вас, и знания, полученные в области стратегического менеджмента, будут, несомненно, важны для отдельных предприятий и экономики в целом. Также, стратегический менеджмент, является достаточно новым понятием для Украины, что актуализирует тему научного исследования.

Менеджмент – это наука управления персоналом, и его основная цель – это построение качественной и максимально эффективной организационной структуры, которая бы обеспечивала достаточно быструю и эффективную реакцию на изменения внутренней и внешней среды, максимально быстро и качественно решала повседневные задачи. Стратегический менеджмент, выполняет схожие задачи. Вся разница между стратегическим менеджментом и менеджментом состоит в слове «стратегия», которое происходит от греческого слова «стратегос» – «искусство генерала» [2].

В это понятие входит определение основного плана компании или битвы, определение направления основного удара, распределение основных сил по фронту, разработка возможных вариантов (сценариев) хода битвы. То есть

стратегический менеджмент нацелен на «завоевание» рынков и «уничтожение» конкурентов, для обеспечения процветания компании в долгосрочной перспективе.

Несмотря на такую кардинальную разницу между менеджментом и стратегическим менеджментом, оба этих понятия являются взаимодополняющими и не могут существовать друг без друга.

Обоснованность взаимодополнения двух этих понятий выражается в том, что занимаясь стратегическим развитием компании, «завоеванием» рынков и «уничтожением» конкурентов не следует забывать о решении повседневных задач, которые в свою очередь должен кто-то решать. Если компания будет заниматься исключительно своим стратегическим развитием, и будет полностью пренебрегать решением повседневных задач, то такая компания очень быстро окажется на грани краха. В свою очередь, концентрация усилий компании на решении только ежедневных задач, при полном пренебрежении стратегическим развитием, может послужить причиной низкой конкурентоспособности и как следствие возможным банкротством в будущем.

Именно поэтому для процветания компании в долгосрочной перспективе, при формировании качественной и эффективной организационной структуры, необходимо учитывать оба этих направления менеджмента.

Вопросами стратегического развития компании, разработкой стратегических планов и возможных сценариев, занимается, как правило, высшее руководство компании, а вопросами, связанными с решением повседневных задач менеджеры среднего и низшего звена. Тем самым мы уже можем наблюдать небольшую часть организационной структуры предприятия с чётким разделением труда и обязанностей и их взаимодействие между собой.

Не смотря на кардинальную разницу двух этих понятий, с их чётким разделением труда и обязанностей, успешные иностранные компании, являющиеся лидерами мирового рынка, привлекают к формированию стратегии менеджеров среднего и низшего звена. Это способствует формированию более плодотворного взаимодействия между стратегическим менеджментом и менеджментом, что в свою



очередь, в очередной раз доказывает взаимодополняемость двух этих систем и невозможность их существования обособлено друг от друга.

Анализируя опыт успешных иностранных компаний, в формировании эффективной организационной структуры, можно выделить, пять основных подходов: авторитарный, делегирование, коллективный, привлечение внутренних резервов, чемпионский [1].

Авторитарный подход – это подход, при котором высшее руководство или владелец самостоятельно занимаются разработкой стратегических планов и возможных сценариев, не привлекая к данной работе менеджеров среднего и низшего звена.

Делегирование – это подход, при котором высшее руководство делегирует часть своих полномочий по разработке стратегических планов и возможных сценариев менеджерам среднего звена.

Коллективный подход – это подход, при котором высшее руководство и менеджеры среднего звена занимаются разработкой стратегических планов и возможных сценариев на равных правах, как единый коллектив.

Привлечение внутренних резервов – это подход, при котором высшее руководство привлекает к разработке стратегических планов и сценариев менеджеров среднего и низшего звена, а так же рабочие группы, предлагая им выдвигать свои разработки. Лучшая из предложенных разработок получит полное финансирование.

Чемпионский подход – это подход очень схожий с привлечением внутренних резервов, и отличается лишь тем, что при данном подходе высшее руководство полностью передаёт свои полномочия по разработке стратегических планов и возможных сценариев менеджерам и рабочим группам, а само высшее руководство выступает в качестве арбитров.

Таким образом, успешные компании объединяют в работе оба менеджмента, для достижения максимальной эффективности. Как можем видеть из работы, менеджмент в целом, является очень глубокой и не простой наукой, учитывающей



в себе достаточно большое количество тонкостей и аспектов, связанных с управлением персоналом и формированием успешной организационной структуры. и только правильное и полное понимание всей глубины данной науки, и всех её тонкостей и аспектов, приведёт компанию, предприятие к успеху и сделает из них безусловных победителей.

#### **Список использованных источников:**

1. Томпсон-мл. А. А., Стрикленд III А. Дж. Стратегический менеджмент / А. А. Томпсон-мл., А. Дж. III Стрикленд. – М., 2006. – 928 с.
2. Кайлюк Е. М. Стратегический менеджмент / Е. М. Кайлюк, В. М. Андреева, В. В. Гриненко. – Х., 2010. – 279 с.

**Біла Г. С., Рябик Г. Є.**

*Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

### **ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОБЛЕМ НОРМУВАННЯ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ**

Нормування праці є найважливішою функцією управління підприємством. Норми праці покликані для планування всіх сфер діяльності підприємства, вони становлять основу обґрунтування оплати праці робітників та її ефективної організації. Норми праці відіграють важливу роль і в процесі обліку затрат на продукцію. На їх основі визначають потребу в робочій силі тощо. Установлення норм праці має на меті гарантувати суспільству визначену продуктивність праці, а працівнику – визначений рівень заробітної плати [1].

Усебічно обґрунтовані норми праці є дієвим засобом соціального захисту працівників, спрямованим на розвиток сприятливих і здорових умов праці, запобігання надмірній інтенсифікації праці, що сприятиме збереженню їх нормальної працездатності протягом усього періоду трудової діяльності.

Із переходом на нові форми управління багато підприємств негативно ставились до нормування праці, заперечуючи його роль у вирішенні виробничо-

господарських завдань, питань ціноутворення тощо. У більшості організацій малого та середнього бізнесу взагалі не застосовуються методи нормування праці в розрахунках основних трудових показників (наприклад, планованого виробничого завдання, нормативного завдання при вдосконаленні старого та освоєнні нового обладнання та ін.). Навіть у великих промислових організаціях відсутні структурні підрозділи та посадові особи, які цілеспрямовано займаються нормуванням праці.

У ході дослідження було виявлено, що кваліфікаційний рівень фахівців-нормувальників невисокий і не відповідає висунутим вимогам ринкової економіки. Це пояснюється старінням досвідчених кадрів, недостатньою підготовкою вищими навчальними закладами фахівців з організації й нормування праці, відсутністю спеціальних програм підвищення кваліфікації менеджерів та економістів у цій галузі. Проте, як зазначають керівники та спеціалісти організацій, існує реальна потреба в них при вивченні науково-практичних засад нормування праці.

На сьогодні в недержавних організаціях відсутні нові нормативні матеріали стосовно праці. Якість існуючих норм є гранично низькою через відсутність практики або через неправильно проведені дослідження витрат робочого часу та праці (фотографії робочого часу і хронометражні спостереження). Як правило, в організаціях ігнорують наукові та нормативно-методичні рекомендації щодо їх проведення або вони повністю відсутні. В результаті цього відсутня наукова обґрунтованість встановлення норм праці, розрахунки норм праці не враховують усе розмаїття факторів на конкретному робочому місці. У кращому разі розглядають економічні й технічні фактори (наприклад, необхідність скорочення витрат на персонал, скорочення штату персоналу, технічна документація та інструкції при освоєнні нового обладнання та ін.). Тому в організації погіршується якість результатів праці, порушуються елементарні вимоги до створення сприятливих та безпечних умов праці.

Таким чином, сьогодні однією з основних задач є створення відповідних умов для того, щоб норми витрат праці виконували свої основні функції,

а саме: функцію міри праці та винагороди за неї, функцію еталона, який дасть змогу оцінити ефективність організації виробництва, ефективність використання праці та управління. Нормування також покликане бути критерієм оцінювання рівня продуктивності праці. Норми створюють фундамент встановлення цін та визначення якості продукції з урахуванням особливостей сучасного економічного простору.

Функція нормування праці як міри її оплати при переході до ринкової економіки стає прерогативою підприємства. Тариф, при цьому, гарантує оплату роботи певної категорії робітників та певної кваліфікації на відповідному рівні. Індивідуальна заробітна плата повинна бути встановлена з урахуванням того, скільки коштів підприємству приніс конкретний робітник і скільки він витратив своєї праці. В даному випадку норма часу допомагає розподілити заробітну плату між працівниками та стимулювати їх діяльність, в чому й виявляється її соціально-економічна значущість.

Сучасна організація, бажаючи по максимуму збільшити продуктивність праці, йде на збільшення навантаження на працівників понад нормативні вимоги – звідси збільшення втрат через порушення трудової дисципліни, безпеки праці, порушення технологічного процесу, зростання захворюваності персоналу та ін. Тому, організаційні форми управління нормуванням праці повинні бути змінені принципово [2].

Вдосконалити нормування праці можливо завдяки впровадженню комплексу заходів. При цьому, увагу слід приділити не тільки власне нормуванню, а й питанням планування виробництва. Необхідно зосередитись на посиленні матеріальної зацікавленості робітників у результатах праці, за рахунок широкого застосування прогресивних розцінок при оплаті за відрядною формою. Методи встановлення норм на виробництві повинні постійно удосконалюватись і запроваджуватись в межах виробництва [3].

Отже, в сучасних умовах до нормування праці висуваються нові вимоги, що потребує нових його концепцій та методологій з урахуванням ролі робітників

у забезпеченні функціонування підприємства. Таким чином, розвиток економічного середовища не зменшує, а навпаки, підвищує роль нормування праці в житті сучасної організації та його значення для суспільства в цілому.

### **Список використаних джерел:**

1. Скриль В. В. Удосконалення системи нормування праці на промислових підприємствах / В. В. Скриль, Т. О. Галайда // Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер. : Економічні науки. – 2014. – Вип. 7(3). – С. 181–184.
2. Жадан О. В. Соціально-економічне значення нормування праці в сучасному суспільстві / О. В. Жадан // Держава та регіони. Сер. : Економіка та підприємництво. – 2013. – № 6. – С. 16–20.
3. Житченко В. О. Значення нормування праці в сучасних умовах / В. О. Житченко // Управління розвитком. – 2014. – № 2. – С. 26–27.

**Біла Ю. Ю., Рябик Г. Є.**

*Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

### **ВПЛИВ КОНКУРЕНЦІЇ НА РІВЕНЬ ЖИТТЯ ЛЮДЕЙ**

Конкурентоспроможність фірми (підприємства) представляє собою переваги у відношенні до інших підприємців обраної галузі дослідження, як в середині країни так і поза її межами. Конкурентоспроможність оцінюється лише в рамках групи фірм, які відносяться до галузі чи фірм що випускають продукцію аналогічного характеру. Конкурентоспроможність розглядають в масштабі країни і світу.

Фірма – лідер, у конкурентній боротьбі, повинна мати такі переваги:

1. Характеристики продукції, що випускається повинні відповідати параметрам ідентичності потреб, які задовольняються за її допомогою.
2. Сегменти ринку для яких випускається продукція повинні відповідати стандартам.
3. Відповідність фаз життєвого циклу, в якому функціонує фірма [2].

Конкурентні переваги окремої фірми можна оцінити шляхом співставлення результатів задоволення потреб споживача декількох фірм. При цьому, потреби

споживачів повинні бути ідентичними в рамках одного конкретного сегменту ринку, а фірми повинні знаходитись в однакових умовах і в одній життєвій фазі. Але якщо існує ймовірність невиконання заданих умов, порівняння є недоречним.

Якщо брати до уваги, що конкурентоспроможність відбиває рівень ефективності використання різноманітних ресурсів фірми, для їх оцінки необхідно обрати відповідні критерії оцінки. Оскільки діяльність будь-якого підприємства (фірми) пов'язана із задоволенням потреб споживачів і, як наслідок, з отриманням прибутків, що можна оцінити у грошовому вимірі, то за критерій оцінки ефективності використання ресурсів слід обрати показник «рентабельність виробництва», який розраховується відношенням отриманої суми прибутку в певному періоді до суми витрачених ресурсів.

Крім того, для ефективної оцінки конкурентоспроможності фірм їх керівному складу необхідна можливість відстеження ринку, особливо поза межами країни [3].

Спробуємо розглянути вплив конкуренції на рівень життя людей.

Реальний рівень життя характерний для будь-якої економічно розвиненої країни, не залежить від міжнародної конкуренції. Наприклад, на рівень життя німців ніяким чином не впливає факт кращого продажу ковбаси, різноманітного обладнання, чи німецьких автомобілів в Україні чи Китаї, а ніж відповідні товари вироблені в Англії або Японії. Помилка полягає в тому, що починають прирівнювати конкуренцію між фірмами, наприклад, німецький Daimler-Benz і японський Mitsubishi, до конкуренції між країнами.

Звичайно ж у конкурентній боротьбі зникає та фірма, яка виявилася слабшою. Абсолютно по іншому ставиться питання, якщо це вся національна економіка, яка виготовляє продукцію для задоволення своїх власних потреб.

Цілком ймовірно, що не кожен пересічний робітник компанії «Mercedes» може дозволити собі це авто преміум класу, але більше за все «мерседеси» купують самі німці. Зростання економічного добробуту держави відбувається не за рахунок іншої країни, а навпаки добробут однієї країни може позитивно вплинути на рівень життя своїх сусідів [4].

Наш особистий добробут залежить від того на скільки плідно працюємо ми самі. Працюємо добре – наш життєвий рівень стає вищим, якщо погано – знижується, це практично не залежить від того який рівень життя в інших країнах.

Особливий випадок – країни, які не практикують ведення зовнішньої торгівлі, і яким міжнародна конкуренція байдужа. Звичайно в наш час важко знайти приклад такої країни, яка б не була залучена до міжнародної торгівлі, але для внутрішнього добробуту громадян це не так важливо.

Крім того, успіхи у експорті можуть навіть негативно відбиватися на добробуті конкретних громадян – в тому випадку коли продукція виходить за межі країни і ми змушені під дією цього процесу сплачувати імпорт дорожче.

Все більше вчених схиляються до думки, що прагнення до конкуренції – набута ознака вона штучно виховує соціум і не переходить у спадок. Набагато глибше у свідомості людини лежить бажання співпрацювати із іншими людьми. При тому всьому що кооперація викликає у людини виключно позитивні емоції, в той час як конкуренція завжди обтяжена стресом – навіть переможець одразу після ейфорії відчуває страх помсти з боку переможеного [2].

Науковцями доведено, що прагнуть до суперництва слабкі і не впевнені в собі люди. Таким чином вони женуться за ілюзією підвищення самооцінки. Чим складніша технологія виробництва продукту, тим більше він потребує концентрації людини, тим слабший культ конкуренції і актуальніша мотивація більш вищого порядку [3].

З вищевикладеного зрозуміло, що жорстка конкуренція між підприємствами в межах країни не являється міцним підґрунтям для розвитку суспільства в цілому. Слід зазначити, що більші результати країни може отримати в разі спільної праці, кооперування підприємств. В цьому випадку проявляється дія ефекту синергізму. Саме «командна гра» забезпечить перемогу країни на міжнародній арені.

**Список використаних джерел:**

1. Основи економічної теорії / С. В. Мочерний, С. А. Єрохін, Л. О. Каніщенко та ін. ; за ред. С. В. Мочерного. – К. : ВЦ «Академія», 2009.
2. Калина А. В. Економічна теорія і практика господарювання : навч. посіб. / А. В. Калина, В. В. Осокіна. – К. : МАУП, 2013.
3. Приходько А. В. Маркетинг / А. В. Приходько, Е. А. Замедлина. – М. : Экзамен, 2014. – 160 с.
4. Маркетинг і маркетингові дослідження. – 2016. – № 4 (46) . – Серпень. – С. 10–18.

**Вербова О. І., Рябик Г. Є.**

*Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**СУТНІСТЬ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА**

Постійна політична та економічна нестабільність в Україні збільшує рівень невизначеності зовнішнього оточення, в якому діють вітчизняні підприємства. Високий рівень конкуренції, неспроможність швидко адаптуватись та досягти очікуваний результат спонукає суб'єктів господарювання до самовиживання. На сьогодні підприємствам недостатньо тільки адаптуватися до змін в зовнішньому оточенні, вони повинні заздалегідь передбачати та попереджати ці зміни. Позитивному результату господарської діяльності в умовах економічної та політичної кризи сприяє вибір пріоритетних напрямків діяльності та стратегії розвитку підприємства.

Аналіз наукової літератури в області стратегічного менеджменту виявляє наявність різних точок зору категорії «стратегія підприємства». Вітчизняні науковці в своїх працях [1; 4; 7] розглядають стратегію, як довгостроковий та якісно означений курс розвитку підприємства або спосіб досягнення цілей, котрі воно визначає для себе, слідуючи власним рішенням та міркуванням у межах своєї політики. Стратегія описує перспективні орієнтири діяльності підприємства на основі оцінювання його потенційних ресурсів та планування подальшого розвитку зовнішнього оточення.



Систематизуючи різні погляди на дефініції «стратегія» маємо виділити кілька варіантів: набір правил чи дій для прийняття або ухвалення рішень, яким буде дотримуватись підприємство у своїй діяльності, для досягнення визначених цілей; детальна комплексний план чи програма дій та заходів, для досягнення конкретних результатів; довготривалий стратегічний напрямок чи набір напрямків розвитку підприємства.

Результатом реалізації стратегії при перших двох варіантах є отримання задалегідь встановлених об'єктів чи конкретних результатів. Третій варіант, на нашу думку, є більш ємним, бо дозволяє розглядати досягання окреслених цілей як процес розвитку підприємства, а реалізацію конкретної програми, як один з етапів розвитку підприємства.

Таким чином, на основі здійсненого аналізу змісту поняття «стратегія підприємства» маємо визначити, що будь-яка стратегія підприємства буде постійно зорієнтована на подальший розвиток.

За думкою Е. М. Короткова, розвиток підприємства полягає у сукупності змін, які призводять до виникнення нової якості та зміцнення життєвої системи, її здатність здійснювати опір руйнівним силам зовнішнього оточення [5].

Розвиток надає підприємству нові можливості, властивості, якості та характерні ознаки, які сприяють здатності підприємства реалізувати нові функції, вирішувати істотно інші задачі, які зміцнюють його позиціонування в зовнішньому середовищі та підвищують здатність протидіяти його небезпечним впливам.

Економічний розвиток являє необернену спрямованість об'єктів створювати матеріальні або духовні блага, в результаті чого є виникне якісно новий стан об'єкта, у тому зміна складу і структури цих благ. Ці якісні зміни здійснюються у процесі економічного зростання. При цьому якісно зростають споживані ресурси та збільшуються обсяги виробництва зазначених благ [2].



В. О. Василенка вважає розвиток підприємства процесом, що не припиняється в часі, але його перебіг не відбувається постійно та безупинно, найчастіше він проходить стрибкоподібно з подоланням різних по глибині й охопленню криз [3].

Отже, для підприємства розвиток є постійним процесом, що проявляється в реалізації кількісних та якісних змін, внаслідок чого збільшується його потенціал, підвищуються здатність протидіяти небезпечному впливу зовнішнього оточення та помножується життєздатність.

В літературі просліджується взаємозв'язок між поняттями «стратегія підприємства» та «розвиток підприємства». З одного боку, розвиток підприємства зазначається як результат реалізації стратегії, з іншого – стратегію виявляється інструментом, що забезпечує розвиток підприємства. На наш погляд, думка вчених, які розвиток підприємства вважають результатом реалізації його стратегії, більш досконало відображає зміст поняття.

Все вищезазначене дозволяє нам визначити стратегію розвитку підприємства як цілеспрямований курс розвитку підприємства в майбутньому, який передбачає якісно сформульовану послідовність дій в залежності від цілей та необхідних ресурсів, що дозволить перетворити кількісно-якісні параметри підприємства, внаслідок якого буде збільшуватися його потенціал, помножуватися його здатність протидіяти небезпечному впливу зовнішнього оточення та підвищуватися його конкурентоспроможність.

### Список використаних джерел:

1. Белошапка В. А. Стратегическое управление: принципы и международная практика / В. А. Белошапка, Г. В. Загорный. – К. : Абсолют-В, 1998.
2. Большая экономическая энциклопедия. – М. : Эксмо, 2008. – 816 с.
3. Василенко В. А. Организационно-циклическая и структурно функциональная модели развития организации / В. А. Василенко // Культура народов Причерноморья. – 2011. – № 232. – С. 100–107.
4. Горелов Д. О. Стратегія підприємства : навч.-метод. посіб. / Д. О. Горелов, С. Ф. Большенко. – Х. : ХНАДУ, 2011. – 133 с.
5. Коротков Э. М. Концепция менеджмента / Э. М. Коротков. – М. : Дека, 1997. – 304 с.

6. Оберемчук В. Ф. Стратегія підприємства : короткий курс лекцій / В. Ф. Оберемчук. – К. : МАУП, 2000. – 128 с.
7. Шершньова З. Є. Стратегічне управління : навч.-метод. посіб. для самостійного вивчення дисципліни / З. Є. Шершньова, С. В. Оборська, Ю. М. Ратушний. – К.: КНЕУ, 2001. – 232 с.
8. Гринько Т. В. Підходи до розробки стратегії інноваційного розвитку підприємства / Т. В. Гринько // Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Наукові засади ресурсозбереження в системі антикризового управління і відтворення економіки» (м. Хмельницький, 30–31 січня 2015 р.) . – Хмельницький : Видавничий дім «Гельветика», 2015. – Ч. 1. – С. 99–102.

**Весторопський Є. В., к. е. н. Хуторської П. О.**

*Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

## **ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМИ РЕСУРСАМИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ**

В сучасному світі одним з найголовніших складових успіху та прогресивного розвитку організації є персонал. Він є дуже специфічним компонентом діяльності організації, але саме завдяки професійним якостям та навикам працівників можливе ефективне функціонування та постійне підвищення продуктивності будь якої організації. Людина дуже відрізняється від інших об'єктів управління своєю складністю, оскільки вона має інтелект. Не дивлячись на те, що в сучасному світі відбувається комп'ютеризація виробництва, зацікавленість у людських ресурсах все більше зростає, що і обумовлює актуальність обраної теми.

Мистецтво керівництва й полягає саме в тому, щоб знайти саме ті підходи і методи, які б забезпечили бажаний перебіг подій на підприємстві і спонукали його працівників до кращої праці. Саме для цього і була винайдена система управління людськими ресурсами, основою якої стали твердження про те, що витрати пов'язані з підвищенням кваліфікації робітників, з активним їх поверненням або витрати на забезпечення нормальних умов для функціонування робочої сили – це не просто втрачені гроші, а інвестування в людський капітал

та гарантія довговічного розвитку компанії. Тобто, можна сказати, що управління персоналом – це цілеспрямований вплив керівного складу організації через комплекс пов'язаних між собою економічних, соціально-культурних та психологічних заходів, який спрямований на забезпечення належних умов для функціонування персоналу та перетворення останнього у колектив з метою максимального розкриття потенціалу та досягнення найефективнішої віддачі у роботі [1].

Беручи до уваги сьогоденні умови економіки та сучасні уявлення про організацію праці, можна сформулювати основні принципи сучасної системи управління людськими ресурсами:

- орієнтація на висококваліфіковану робочу силу;
- змістовність та доцільність праці;
- демократія діяльності персоналу;
- справедлива винагорода та мотивація робочої сили;
- надання можливостей підвищення кваліфікації та здобутку потрібних знань та навиків;
- забезпечення нормальних умов роботи;
- створення сприятливого середовища для відносин в колективі [2].

Окрім 7 принципів, яких необхідно дотримуватись кожній організації, перед нею постає і низка головних завдань, а саме:

- як утримати (вже існуючі кадри та щойно прийняті аби мати достатню кількість працівників на поточний та майбутній періоди);
- як створити всебічно можливі умови для ефективності праці, диференціації повноважень та раціональності навантаження на працівника впродовж певного періоду;
- як задовольняти потреби робітників;
- як забезпечити найбільш повну відповідність потенціалу персоналу до виконуваних ними функцій;

– як залучити висококваліфіковані кадри (які переваги повинна мати організація порівняно зі своїми конкурентами);

– як збільшити ефективність та яку обрати мотивацію для підвищення працездатності кадрів;

– як підвищити кількість виконуваних функцій та операцій одним робітником.

Зіштовхуючись з цими завданнями організація і створює власну систему управління людськими ресурсами. Вона має приблизно єдиний вигляд, проте залежно від галузі та розміру підприємства система може частково змінюватися. Головне – аби вона виконувала ряд основних функцій:

– функцію планування джерел отримання висококваліфікованого персоналу у достатній кількості;

– функцію відтворення, тобто своєчасного забезпечення розвитку та навчання персоналу;

– соціально-економічну функцію, тобто створення ряду умов для раціонального використання та утримання персоналу.

Отже, процес управління персоналом заслуговує особливої уваги. В рамках стратегічного напрямку організації виникає необхідність узгодження підходів управління з філософією організації, яка ґрунтується на попередньому досвіді відносин з працівниками як самої компанії, так і світових партнерів. Головна мета керівництва – створення ефективно функціонуючого підприємства, що буде дотримуватись семи основних принципів у веденні управління людськими ресурсами, та знайде доцільні методи для вирішення основних питань.

### **Список використаних джерел:**

1. Лазоренко Л. Особливості сучасного управлінні людськими ресурсами [Електронний ресурс] / Л. Лазоренко. – Режим доступу : <http://personal.in.ua>
2. Воронкова В. Сучасна концепція філософії управління людськими ресурсами [Електронний ресурс] / В. Воронкова. – Режим доступу : <http://westudents.com.ua>

Волошина Ю. Є., Рябик Г. Є.

*Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

## **СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА**

Сучасні вітчизняні підприємства вимушені функціонувати в умовах затяжної фінансової та економічної кризи. На результати їх діяльності також впливає політична невизначеність в країні, постійні коливання в зовнішньому середовищі. Суттєвий вплив також спричиняє загострення конкурентної боротьби та інші негативні чинники. Враховуючи зазначені проблеми, підприємства повинні зосереджуватись не тільки на одержанні перемоги в конкурентній боротьбі. Вони повинні приділяти особливу увагу безперервному розвитку як інструменту вирішення даних проблем.

Термін «розвиток підприємства» як економічну категорію почали досліджувати з 1950-х років, розглядаючи його як унікальну стратегію, спрямовану на системні зміни і яка має на меті підвищити ефективність функціонування підприємства через вдосконалення процесу управління не лише виробництвом, а й структурою.

У 60–70-х роках минулого століття вивчення категорії «розвиток» базувалось на теорії, що деталізація ролей в організації, а також підвищення ефективності комунікацій дозволить вдосконалювати внутрішні механізми функціонування підприємства. Розвиток згідно даної теорії розглядався в контексті ефективного функціонування підсистем підприємства як відкритої системи, що взаємодіє із зовнішнім середовищем.

Сьогодні існує багато трактувань поняття «економічний розвиток». В загальному вигляді його можна представити переходом від нижнього рівня ефективності функціонування підприємства на вищий. Слід зазначити, що економічний розвиток відбивається не лише у збільшенні обсягів виробництва

товарів або надання послуг, а й у виготовленні продукції завдяки новітнім технологіям, яких не було в минулому. При цьому, будь-які економічні явища мають бути оцінені [1].

Дослідження економічної літератури показало, що існує багато різних методів та прийомів завдяки яким можна провести оцінку розвитку підприємства. Але, нажаль, науковці так і не дійшли спільної думки стосовно розробки універсального підходу в цій області. Вивчення існуючих методик оцінки показало, що в даному процесі застосовують велику кількість різноманітних (кількісних і якісних) показників. При цьому, дані показники не зведені в єдину систему.

На думку однієї групи вчених «ефективно розвиватись» й «ефективно функціонувати» – поняття тотожні, тому вони пропонують оцінювати рівень розвитку за допомогою показників, які характеризують господарську або виробничу діяльність. Але тут виникає проблема. Дана група показників не враховує інтенсивність інноваційної діяльності підприємства та її вплив на розвиток в цілому.

Інша група науковців пропонує оцінювати рівень розвитку крізь призму визначення конкурентної позиції, конкурентного статусу та, нарешті, конкурентоспроможності організації. При цьому, вони вважають за потрібне враховувати фази життєвого циклу, яким відповідає конкретний рівень розвитку [2].

В рамках ще одного наукового підходу розвиток підприємства розглядається як можливість реалізації всіх складових наявного потенціалу. Тому в основу оцінки покладено розрахунок показників фінансово-економічної діяльності з урахуванням чинника часу [3]. Впродовж даної теорії автор Н. Цопа пропонує будувати динамічні ряди, які будуть сигналізувати щодо сфери діяльності, яка потребує подальшого розвитку [4].

Л. О. Жилінська пропонує визначати рівень розвитку організації, враховуючи ефективність функціонування підприємства, вплив зовнішнього оточення, готов-

ність до впровадження інновацій тощо. При цьому, вона пропонує використання інтегральної оцінки [5].

Всі розглянуті підходи мають безперечні переваги, але нами виявлено ряд суттєвих недоліків. Так, деякі методики дозволяють встановити фактичні результати, які не завжди відповідають реальному рівню розвитку організації. Інші методики оцінки дають суб'єктивні результати або експертні оцінки носять суб'єктивний характер. Недоліком багатьох методик являється складність збору великих масивів вихідної інформації для розрахунків. Тому дуже складно обрати найбільш раціональну, оптимальну та зручну методику.

Виходячи з вищевикладеного, можна дійти висновку, що існує достатня кількість підходів до оцінювання рівня розвитку підприємства. Доведено, що їх об'єднує наступна низка параметрів: для оцінювання використовується вхідна сукупність показників; обов'язкове нормування показників до однієї одиниці виміру; наявність відповідної шкали оцінювання; можливість переходу якісних оцінок у кількісні та навпаки – кількісних у якісні.

### Список використаних джерел:

1. Довбенко В. І. Перспективні проблеми розвитку підприємств / В. І. Довбенко // II Щорічник наукових праць: Соціально-економічні дослідження в перехідний період. – Львів, 2003. – 507 с.
2. Пономаренко В. С. Стратегія розвитку підприємства в умовах кризи: моногр. / В. Пономаренко, О. Тридід, М. Кизим. – Х. : ІНЖЕК, 2003. – 328 с.
3. Отенко И. П. Методологические основы управления потенциалом предприятия / И. П. Отенко. – Х. : Изд-во ХНЭУ, 2004. – 216 с
4. Цопа Н. В. Механізм керованого розвитку промислових підприємств : дис. ... д-ра екон. наук : 08.00.04 / Н. В. Цопа ; НАН України, Ін-т економіки пром-сті. – Донецьк, 2011. – 408 с.
5. Жилінська Л. О. Сучасні підходи до оцінки рівня розвитку промислових підприємств / Л. О. Жилінська // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності. – 2015. – Вип. 1 (11). – С. 41–46.

**Гвініашвілі Т. З., Беляєв І. С.**

*Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

## **ІННОВАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ У ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ**

Сьогодні міжнародний готельний бізнес – невід’ємна частина світової економіки. Готельний бізнес відноситься до галузей економіки, що характеризується найбільшою динамікою розвитку. Загальний показник ролі туризму в світовій економіці складає 5 % світового ВВП, крім того туризм забезпечує приблизно 8 % робочих місць по всьому світу. За загальним рівнем прибутку туризм займає четверте місце після нафтопереробної індустрії, автомобілебудування та хімічною промисловістю [1, с. 74].

Щорічно здійснюється приблизно чотири мільярди внутрішніх поїздок, а в 2012 році кількість міжнародних туристів вперше сягнула значення в 1 мільярд чоловік. Туризм є одним з п’яти основних джерел експортних доходів для більш ніж 150 країн по всьому світу, зокрема для 60 з них туризм займає першу щабліну. Сучасні форми управління, такі як франчайзинг, управління за контрактом або комбінування, зумовили зниження витрат підприємствами готельного господарства при виході на ринок, сприяли більш раціональному підходу до використання ресурсів та прибутку, а також допомогли реалізувати ефективну цінову політику.

Використання передових технологій є основним інструментом при формуванні ефективної системи управління готельним комплексом. Розвиток інформаційних технологій є дуже важливим для готельної індустрії, оскільки він дає змогу знизити витрати, збільшити ефективність роботи та полегшити доступ споживачів до всесвітньої готельної інформаційної бази. Зокрема, Інтернет-маркетинг займає важливе місце в структурі побудови стратегії розвитку готельного підприємства. Так майже всі готелі на сьогоднішній день мають власний веб-сайт або сторінку в популярних соціальних мережах, тим самим розповсюджуючи інформацію про готель та запрошуючи нових потенційних гостей. Ефективний готельний менеджмент має включати в себе однаковий облік економічних,



екологічних та функціональних аспектів, а також капіталовкладень, витрат виробництва та якості процесів поряд з комфортом, здоров'ям і задоволенням потреб.

Необхідність переходу на інноваційний шлях розвитку туристичної галузі обумовлено низькими темпами розвитку туризму і відповідно невисокими показниками розвитку туристичної галузі в міжнародному порівнянні. Серед причин виникнення зазначеної ситуації можна виділити: нестабільність бюджетної та податкової політики; відсутність досконалої нормативно-правової бази в сфері туризму; невідповідність високої ціни і низького рівня якості послуг, що надаються; слабкий розвиток туристської інфраструктури; недостатня увага з боку держави до створення позитивного іміджу національного туристичного продукту та підвищення його конкурентоспроможності на внутрішньому і світовому ринку і т. д. [2].

Безумовно, сфера туризму є стратегічно важливою і пріоритетною, яка дає великі можливості для розвитку інноваційної діяльності в зазначеній сфері. Адже інновації є фактором підвищення конкурентоспроможності в усіх галузях господарювання, в тому числі і в туризмі. Інновації є інструментом втілення і застосування досягнень наукової думки. З цієї точки зору туризм є виключно широким полем для інноваційної діяльності, так як є складною міжгалузевою соціально-економічною системою. Туризм не тільки створює новий продукт або послугу, він так само використовує інновації, впроваджені в інших сферах господарювання. Наприклад, розробки в сфері інформаційних технологій широко використовуються готельними підприємствами, туристичними агентствами, транспортними компаніями. Створення туристичного продукту, обслуговування туристів, бронювання авіа- і залізничних квитків – всі ці процеси перейшли на якісно новий рівень з впровадженням останніх розробок в сфері інформаційних технологій [3].

До основних факторів, що впливає на інноваційний розвиток туризму, відносяться [4, с. 183]:

- рівень науково-технічного розвитку, економічна і політична стабільність, наявність актуальної законодавчої бази і інші умови навколишнього середовища;
- наявність необхідного обсягу природних, фінансових та інших ресурсів;
- рівень розвитку туристичної інфраструктури;
- кон'юнктура туристичного ринку, а також ступінь і вид конкуренції;
- забезпеченість висококваліфікованими кадрами у всіх сферах туристичної діяльності.

Таким чином, в Україні спостерігається стрімкий розвиток готельного бізнесу, про що свідчить відкриття нових готельних об'єктів, і інтерес іноземних інвесторів. Лідерами готельного бізнесу нашої країни є Київ, Львів, Одеса, Харків, Дніпро та, до недавнього часу, Донецьк. Крім того, активно розвивається індустрія гостинності в менших містах, а також в курортних регіонах. Крім того, розвиток сфери туризму вимагає модернізації через впровадження інновацій, як в процесі виробництва туристських послуг і продуктів, так і в процес управління на всіх рівнях економічної системи. Для успішного переходу на інноваційний шлях розвитку необхідно враховувати виявлені особливості інноваційної діяльності в сфері туризму.

### **Список використаних джерел:**

1. Самойленко А. О. Роль туризму в світовій економіці / А. О. Самойленко // Інвестиції: практика та досвід. – 2013. – № 20. – С. 72–76.
2. Тімар І. В. Вплив іміджу підприємства сфери готельних послуг на формування його конкурентних переваг / І. В. Тімар // Вісник Дніпропетровського університету. Серія: Економіка. – 2015. – Вип. 9 (3). – С. 145–149.
3. Тихомирова И. И. Инновационная деятельность в сфере туризма: сущность и специфика [Электронный ресурс] / И. И. Тихомирова, А. А. Андреева // Интернет-журнал «Наукo-ведение». – 2015. – Т. 7. – № 2. – Режим доступа : <http://naukovedenie.ru>
4. Мирюшкина Ю. В. Вопросы управления инновациями в индустрии туризма / Ю. В. Мирюшкина // Проблемы современной экономики (Новосибирск). – 2014. – № 18. – С. 181–185.

Гвініашвілі Т. З., Головченко Г. М.

*Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

## **ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА У СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ**

У процесі розвитку ринкової економіки в Україні перед вітчизняними підприємствами постає проблема розробки та вибору пріоритетних напрямків стратегії розвитку. Ефективна діяльність суб'єкта господарювання повинна ґрунтуватись на формуванні стратегії розвитку, яка надасть можливість швидкого реагування на зміни зовнішнього середовища, допоможе підприємству обрати свій раціональний шлях розвитку та підвищити рівень конкурентоспроможності.

Історично поняття «стратегія» склалося у військовому лексиконі та тлумачилося як мистецтво або наука ведення воєнних дій. Свідченням цього є давньокитайський трактат про військове мистецтво «Сунь-Цзи», датований п'ятим століттям до нашої ери. Слово «стратегія» походить від древньогрецьких слів «stratos» – «армія» та «agos» – «я керую».

Поняття «стратегія» почало вживатись у сфері управління на початку 60-х рр. ХХ ст. А. Д. Чандлером, автором першого наукового доробку «Стратегія і структура» у галузі стратегічного управління – «це визначення основних довгострокових цілей і задач підприємства та вироблення напрямку дій, розподіл ресурсів, необхідних для досягнення цих цілей» [1, с. 149]. Але, як справедливо зазначає Г. Мінцберг, одного простого визначення стратегії не існує [2, с. 29]. В структурі поняття «стратегія» можна визначити наступні елементи:

- базове поняття або дія;
- інструменти реалізації стратегії;
- результат реалізації.

Для реалізації своїх цілей підприємству необхідно управляти процесом його взаємодії із зовнішнім середовищем шляхом побудови ефективної системи

стратегічного управління. На сьогоднішній день для побудови системи стратегічного управління можна використовувати різні моделі, а саме:

- модель на основі планування, яка передбачає здійснення систематичного порівняльного аналізу, розробку стратегій та обґрунтування рішень;
- модель стратегічного управління на основі вибору стратегічних позицій, яка припускає аналіз перспектив підприємства; визначення пріоритетів і розподіл ресурсів між різноманітними перспективними видами діяльності підприємства;
- модель управління в умовах стратегічних несподіванок, яка використовується, коли нові проблеми не тільки слабо передбачені і розвиваються дуже швидко, але й виникають практично раптово, не маючи під собою очікуваного прогнозу [3, с. 171].

Для забезпечення адаптації до умов постійно мінливого ринкового середовища, підприємство має сформулювати бачення майбутнього, виходячи з позиції теперішнього, на основі якого буде розроблятися стратегія управління. Для цього окремі операції та підсистеми управління поєднуються в єдину систему стратегічного управління, головною ланкою якої стають кваліфіковані управлінці. Поряд з цим, ключовим моментом адаптації виступає безперервний професійний розвиток персоналу підприємства та посилена увага на внутрішньому та більша прозорість на зовнішньому ринках.

Складні процеси становлення ринкових відносин в Україні мають свої особливості на рівні підприємств, становище якого у ринковій економіці докорінно змінюється. Будучи економічно самостійним і повністю відповідальним за результати своєї діяльності, підприємство повинно сформувати таку систему управління, яка б забезпечила йому високу ефективність функціонування, підвищення рівня конкурентоспроможності і стійкі позиції на ринку. За сучасних умов, питання стратегічного планування та управління досліджено досить повно і широко.

У західній та східній теоріях управління стратегічна діяльність визнана, як окремий, перспективний напрям дослідження. За сучасних умов вітчизняної

ринкової економіки теорія і практика стратегічної діяльності та управління нею ще не отримало практичного використання. Проблеми освоєння та використання стратегічного управління за сучасних умов функціонування вітчизняних підприємств набуває значної актуальності через ствердження про неможливість використання досвіду зарубіжних корпорацій на українських підприємствах.

Ідеї стратегічного управління поступово поширюються через різні джерела інформації та опановуються деякими підприємствами. Однак зарубіжний досвід щодо стратегічного управління ще не набув практичного застосування в повному обсязі. На наш погляд, слід проаналізувати умови виникнення та поширення стратегічного планування, а згодом і стратегічного управління зарубіжних країн і порівняти ці процеси з поточною ситуацією, що склалася в Україні для пошуку цільових орієнтирів, що є вирішальними в ефективності функціонування підприємства. Ідентифікація цільових орієнтирів потребує системи показників ефективності функціонування підприємства, для підвищення рівня яких слід вживати певні стратегічні заходи – саме в цьому й полягає головна мета формування системи стратегічного управління підприємством.

### Список використаних джерел:

1. Кіндрацька Г. І. Стратегічний менеджмент : навч. посіб. / Г. І. Кіндрацька. – К. : Знання, 2013. – 366 с.
2. Минцберг Г. Школи стратегий / Г. Минцберг, Б. Альстрэнд, Дж. Лэмпел ; пер. с англ. под ред. Ю. Н. Каптуревского. – СПб. : Питер, 2011. – 336 с.
3. Гринько Т. В. Підходи до розробки стратегії інноваційного розвитку підприємства / Т. В. Гринько // Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Наукові засади ресурсозбереження в системі антикризового управління і відтворення економіки» (м. Хмельницький, 30–31 січня 2015 р.). – Хмельницький : Видавничий дім «Гельветика», 2015. – Ч. 1. – С. 99–102.
4. Шершньова З. Є. Стратегічне управління : навч. посіб. / З. Є. Шершньова, С. В. Оборська. – К. : КНЕУ, 2015. – 384 с.

**Гвініашвілі Т. З., Єніна М. В.**

*Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ  
ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

В сучасних умовах відкритого конкурентного середовища, політичної та економічної нестабільності, підприємства мають повну самостійність у прийнятті рішень в області визначення стратегії розвитку, вибору контрагентів, джерел фінансових ресурсів та інших управлінських рішень. Практично всі ризики господарської діяльності переходять на плечі підприємців. Враховуючи зазначене, набувають першорядного значення проблеми виживання підприємств і забезпечення їх конкурентоспроможності.

Потреба в підвищенні рівня конкурентоспроможності є базовою як для окремого підприємства, так і на рівні економіки країни в цілому. Незважаючи на те, що проблеми сталого розвитку суб'єктів підприємництва останнім часом набувають значної актуальності, істотна частина досліджень відноситься до рівня економіки держави. При тому, що підприємство є основною ланкою економіки, питання сталого розвитку окремих підприємств досліджені не в повній мірі.

Непередбачуваність господарської діяльності, відсутність реакції на мінливість внутрішніх і зовнішніх загроз можуть призвести до небажаних наслідків і навіть до банкрутства підприємства. Дана обставина вимагає від суб'єктів управління підприємством побудови ефективної системи економічної безпеки, спрямованої на поліпшення економічного стану вітчизняних підприємств.

Питання сталого розвитку вітчизняних підприємств, є не новими для науки. При цьому, їм присвячено достатню кількість наукових робіт відомих фахівців, зокрема таких: О. С. Хринюк, В. І. Франчук, Т. М. Іванюта, Н. Б. Кирич, А. С. Полянська, Т. А. Троценкова, В. В. Немченко, А. В. Кирієнко, Б. М. Данілішин, Л. А. Квятковська та ін.

Підвищення рівня сталого розвитку вітчизняних підприємств зумовлюється необхідністю формування ефективної системи економічної безпеки підприємства [1, с. 216].

Отже для забезпечення сталого розвитку вітчизняних підприємств слід впроваджувати заходи з підвищення рівня економічної безпеки, для чого слід здійснити діагностику поточного стану справ на підприємстві, тобто визначити, чи рухається воно в потрібному напрямку, а отже, визначити необхідні стратегії розвитку (рис. 1).

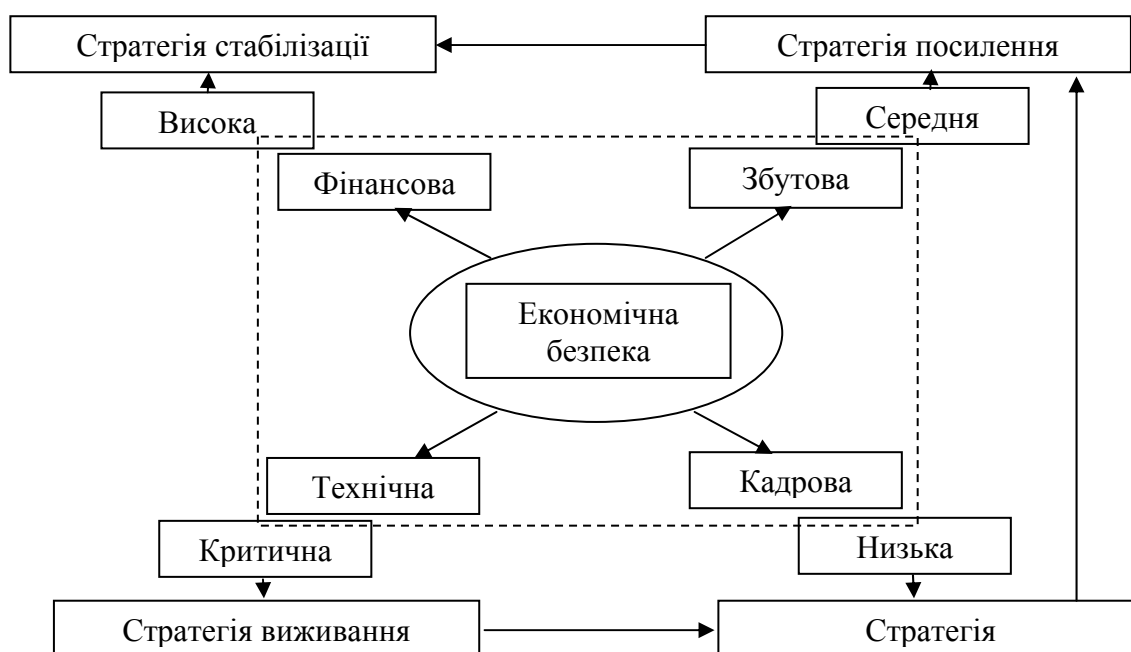


Рис. 1. Стратегії забезпечення економічної безпеки вітчизняних підприємств

В умовах високого рівня конкурентоспроможності застосовується стратегія стабілізації, яка спрямована на підтримку існуючого стану, моніторингу загроз і забезпечення подальшого поліпшення показників функціонування підприємства та його розвитку [2, с. 87]. Стратегія посилення спрямована на поліпшення показників найбільш вразливої складової розвитку підприємства, а також на зростання потенціалу підприємства в цілому. Якщо керівництвом підприємства не буде вжито заходів щодо підвищення рівня конкурентоспроможності, воно може залишитися на даному рівні або навіть знизитися. Стратегія адаптації



застосовується в умовах низького рівня конкурентоспроможності підприємства і спрямована на пристосування діяльності підприємства до вимог ринку, оптимізацію витрат, підвищення основних показників функціонування підприємства. В умовах критичного рівня повинна застосовуватися стратегія виживання. Вона вимагає прийняття швидких, скоординованих дій, обережних і своєчасних рішень щодо поліпшення існуючого стану, по виведенню підприємства з кризи. Основне завдання стратегії полягає в тому, щоб перевести підприємство з його поточного стану в інший новий якісний стан. Крім того, економічна безпека вітчизняних підприємств залежить від державного регулювання, що враховує ряд важливих напрямків, зокрема таких: розробка інновацій, регулювання ціноутворення, регулювання податків, кредитування, страхування, охорона праці тощо.

Саме тому ефективне управління підприємством і заходи, які приймаються керівництвом відіграють вирішальну роль в процесі забезпечення сталого розвитку вітчизняних підприємств. Залежно від рівня конкурентоспроможності підприємства, від впливу факторів навколишнього середовища, керівництвом можуть бути розроблені рекомендації щодо зміцнення системи економічної безпеки підприємства по кожній функціональній складовій розвитку підприємства.

### **Список використаних джерел:**

1. Данилішин Б. М. Розробка національних стратегій сталого розвитку: корисний досвід для України / Б. М. Данилішин, О. П. Маслюківська // Механізм регулювання економіки. – 2008. – № 3 (2). – Т. 1. – С. 214–218.
2. Квятковська Л. А. Реалізація принципів концепції сталого розвитку в діяльності підприємства [Електронний ресурс] / Л. А. Квятковська // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2013. – Вип. 1. – С. 85–89. – Режим доступу : [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Vsed\\_2013\\_1\\_14.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Vsed_2013_1_14.pdf)

**Гвініашвілі Т. З., Стрельська О. Б.**

*Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ  
ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ  
В УМОВАХ МОДЕРНІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ**

Багато дослідників відводять визначальну роль в регулюванні економічних процесів держави. В умовах структурної перебудови економіки використовується вживання заходів не стимулювання виробництва, а зростання попиту. Здійснити це можливо тільки через пряме державне регулювання за допомогою збільшення обсягу інвестицій у виробництво, а також через зниження податків. Таким чином, можна істотно збільшувати попит споживачів, що мультиплікує новий попит на продукцію і послуги, а це як результат, приводить до зростання доходів активних інвесторів і валового доходу країни [1, с. 43]. У свою чергу, приріст валового доходу призводить до зростання стимульованих державою інвестицій, що стимулює розвиток підприємницької діяльності і сприяє прискоренню зростання виробництва.

На сьогоднішній день в Україні важливим фактором прискореного зростання економіки є забезпечення системотворчої ролі держави. Йдеться про якісне поліпшення державної присутності в економіці, а це потребує оптимізації розмірів державного сектору та інших оціночних показників такої присутності. Підтвердженням взаємозв'язку інвестицій та економічного зростання є існуючі світові тенденції. Країни з високим рівнем інвестицій розвиваються швидше і динамічніше. Висока динаміка розвитку простежується у регіонах Південно-Східної Азії і Далекого Сходу, де підтримується норма накопичення на рівні 30-40 % ВВП. і навпаки, підтримують помірні або низькі темпи зростання велика кількість регіонів США і Європи. Країни Близького Сходу, Латинської Америки, Африки, Східної Європи з перехідною економікою мають більш низьку норму накопичення, приблизно 20 % [2, с. 190].

Суб'єкти інвестиційної діяльності та державні органи всіх рівнів несуть майнову відповідальність за недотримання законодавства і невиконання зобов'язань, передбачених у контрактах. В процесі виконання багатьох соціальних та економічних функцій держава має бути стратегічним інвестором. Перебудова реального сектора економіки є складним завданням переходу на інноваційний шлях розвитку України. При цьому необхідно вирішити такі проблеми:

- органічне включення національної економіки в світовий розподіл праці;
- реконструкція матеріально-технічної бази;
- оновлення структури виробництва;
- подолання кризового спаду і вихід на режим сталого розвитку.

Метою такого розвитку є підготовка до переходу від сучасної індустріальної стадії розвитку економіки до постіндустріальної, інформаційної стадії. Таким чином, основними заходами промислової політики в період кризи економіки є подолання спаду, зіставлення структури виробництва відповідно до суспільних потреб, конкурентними перевагами національної економіки і ресурсними можливостями. Стан української економіки до 2007 р. характеризувався позитивною динамікою основних макроекономічних показників. Однак, в умовах глобальної економічної кризи, чіткої тенденції до підвищення інвестиційної активності і посилення економічного зростання не простежується, і збільшення виробництва ВВП ще недостатньо для забезпечення довгострокового стабільного економічного зростання. Гострота кризи української економіки зумовлена структурними деформаціями, пов'язаними з істотною різницею технічного рівня галузей і видів виробництв, високою ресурсоемністю виробництва і застарілими основними фондами, низькими показниками продуктивності праці, інфляції і нерациональною ціновою політикою. Виходячи з цього очевидно, що українська економіка буде перебувати в стадії стагнації досить тривалий період часу [4, с. 242].

Економічна ситуація характеризується лише окремими позитивними тенденціями в динаміці основних соціально-економічних показників. Володіючи потужним інноваційним потенціалом і відповідними ресурсами, в цілому економіка характеризується невисокою інвестиційною активністю і не має стійку тенденцію до зростання. Тут можна виділити цілий ряд причин:

- руйнування науково-виробничого потенціалу країни;
- зниження конкурентоспроможності національної економіки;
- руйнування державної фінансової системи внаслідок помилкової грошово-кредитної політики;
- недооцінка українських інвестиційних проектів;
- слабе поширення методів менеджменту в галузях, що веде до низької інноваційної активності, знижує віддачу інвестицій та конкурентоспроможність українських компаній і галузей в цілому.

Таким чином, модернізація української економіки неможлива без визначальної ролі держави.

### Список використаних джерел:

1. Королевська Н. Ю. Напрями розвитку та лібералізації підприємницької діяльності в Україні / Н. Ю. Королевська // Управління проектами та розвиток виробництва : зб. наук. праць. – Луганськ : Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2011. – № 3(39). – С. 41–47. – Режим доступу : <http://www.pmdp.org.ua /Journal/39>
2. Сафронова О. М. Державна політика дерегулювання підприємницької діяльності: стан і перспективи розвитку в сучасних умовах Екрані / О. М. Сафронова // Актуальні проблеми державного управління. – 2011. – № 1 (41). – С. 188–196.
3. Гринько Т. В. Формування інноваційної інфраструктури України як основа активізації інноваційної діяльності підприємств / Т. В. Гринько // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – Львів : Вид-во НУ «Львівська політехніка», 2008. – № 628. – С. 438–442.
4. Перший етап модернізації економіки України: досвід та проблеми / Алимов О. М., Амоша О. І. та ін. ; за заг. ред. В. І. Ляшенка ; ІЕП НАН України, КПУ. – Запоріжжя : КПУ, 2014. – 798 с.

**Голей Ю. М., Кащина К. С.**

*Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**АСПЕКТИ НАУКОВО-ТЕХНОЛОГІЧНОГО РОЗВИТКУ  
ПІДПРИЄМСТВА РАКЕТО-КОСМІЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ**

Існування науково-технологічних підприємств у будь-якій галузі для країни є свідченням ефективного управління економікою і державою, використання потенціалу суспільства та країни в цілому. Це стає основою для їх подальшого та стабільного розвитку.

Така галузь України, як ракетно-космічна, має неабиякий як науково-технологічний, так і економічний потенціали. Проте, попит на космічному ринку товарів (або послуг) в Україні, як і в країнах СНД, є мінімальний. Як свідчать дані різних відомств і підприємств у космічній галузі, науково-технологічний розвиток даної сфери відбувається у меншій мірі завдяки фінансуванню та інвестиціям з боку держави, проте у більшій мірі завдяки зовнішньому попиту [3]. Відповідно підприємства ракетно-космічної галузі в Україні працюють і надають свою продукцію і послуги на міжнародний космічний ринок, а тому актуальним є науково-технологічний розвиток даних підприємств в Україні, враховуючи як процеси глобалізації, так і прагнення країни до інтеграції в ЄС, задля досягнення конкурентоспроможності на міжнародному ринку та отримання економічного ефекту від цього.

Для науково-технологічного розвитку підприємств космічної сфери, їхнього успішного функціонування просто необхідним є фінансування різноманітних дослідних робіт, впровадження сучасних технологій у виробництво космічної продукції, залучення інвестицій у проекти, стимулювання розробників і науковців задля збереження та розвитку їхнього інтелектуального капіталу.

Нині наша держава трохи призупинила кризу у космічній галузі, що була після розпаду Радянського Союзу, та намагається реалізувати деякі науково-

технічні проекти. Наприклад, згідно з даними НАН України за останні роки було профінансовано такі ракета-космічні проекти, як:

- розробка апаратно-програмного комплексу для визначення елементів конструкцій ракетно-космічної техніки та параметрів міцності композиційних матеріалів;

- «розрахунково-методичне забезпечення наземного стендового відпрацювання рідинно-реактивної системи керування рухом III ступеня ракети космічного призначення «Циклон-4» [1];

- «вибір проектних параметрів аеродинамічної системи відведення з орбіти розгінних ступенів ракет-носіїв та розробка конструктивної схеми» [1].

Призупинення кризи також відбулося завдяки створенню Національного космічного агентства України (НКАУ) і завдяки спільним досягненням підприємств даної галузі із різними вищими навчальними закладами України, що поєднали свої практичні вміння із методичною базою і досвідом науково-технологічних досліджень. Наприклад, Дніпропетровський національний університет ім. О. Гончара співпрацює із школою «Noosphere Engineering», представництва якої є в сімнадцятьох країнах світу. Ідея даної співпраці полягає у тому, що топ-менеджери цієї компанії діляться зі студентами університетів своїм практичним досвідом, набутими знаннями, а викладацький та професорський склад вузів – науковими, емпіричними, теоретичними рішеннями. Таке поєднання теорії і практики спонукає створювати і реалізовувати інноваційні ідеї [3].

Особливе значення в науково-технологічному розвитку ракетно-космічної сфери України займає Державне підприємство КБ «Південне», що являє собою одне із найвідоміших та визнаних у світі науково-конструкторських підприємств з розробки ракетно-космічної техніки.

В теперішній час ДП КБ «Південне» продовжує свій розвиток, намагаючись якнайкраще задовольнити потреби сучасного космічного ринку. Активно роз-

вивається і міжнародне співробітництво. Державне підприємство КБ «Південне» бере участь в міжнародних комерційних космічних проектах «Морський старт» і «Наземний старт»; в роботі над спільним українсько-бразильським проектом «Циклон-4», в розробці ракети-носія середнього класу «Антарес» для доставки різноманітних вантажів на Міжнародну космічну станцію. За останні три роки дане підприємство принесло в бюджет і цільові фонди держави понад 900 млн грн [2].

В усьому світі за час свого існування космічна галузь не одноразово довела свою важливість, цінність для держави. На сьогоднішній день ця галузь пов'язана із міжнародною торгівлею та конкуренцією, політикою, співпрацею між країнами та налагодженням міжнародних зв'язків, глобальними ринками, що може сприяти поліпшенню економіки держави. Так, на прикладі успішної комерційної та наукової діяльності підприємства ДП КБ «Південне», що сприяє збільшенню потенціалу країни і зміцненню авторитету України та підвищенню конкурентоспроможності на міжнародній арені, можна оцінити значення науково-технологічного розвитку ракетно-космічної галузі для держави як в економічному, так і в політичному, науковому, соціальному та екологічних аспектах.

### **Список використаних джерел:**

1. Науково-технічні (інноваційні) проекти НАН України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.nas.gov.ua/UA/Pages/default.aspx>
2. «КБ «Південне» ім. М. К. Янгеля» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.yuzhnoye.com>
3. «Noosphere Engineering School» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://noosphereengineering.com/about>



**Д. е. н. Гонтарева І. В.**

*Харківський національний економічний університет імені С. Кузнеця (Україна)*

## **РОЛЬ І ЗНАЧЕННЯ ПІДПРИЄМНИЦТВА В СТІЙКОМУ РОЗВИТКУ**

Різноманітність і різноспрямованість підприємницьких структур впливає на характер взаємозв'язків між великим бізнесом, підприємницьким сектором і соціально-економічним розвитком суспільства. Характер такої взаємодії досить складний і не завжди є однозначно позитивний [1; 2]. З одного боку багато хто з підприємців є носіями прогресу – впроваджують, розповсюджують і закріплюють інноваційні продукти та технології, освоюють нові ринки та організаційні форми. З іншого боку немало досягнень перевіряється прямо на споживачах із непередбаченими результатами. Повідомлення щодо масових харчових отруєннях, некорисних або навіть шкідливих ліках, екологічних забруднень, не така вже і рідкість. Звичайно помиляються великі корпорації, але їх помилки легше виявити із-за великих обсягів продажів. Також великі корпорації легше примусити виправити недоліки та компенсувати втрати. Інакше олігополічна конкуренція при масовому виробництві завдає значної шкоди і примушує або бути соціально відповідальними, або піти з ринку. Процеси інтеграції (монополізації) і диференціації (демонополізації) мають спільну поверхню динамічної рівноваги. Повинен бути забезпечений баланс між великим та малим бізнесом [3] – соціальний, політичний, фінансовий, економічний, демографічний, тощо. Нижче будуть розглянуті окремі компоненти участі підприємницького сектору в підвищенні соціально-економічного добробуту суспільства.

1. Підприємець є визначником інноваційних потреб суспільства. В будь-якій господарській структурі важливі рішення приймає перша особа, це може бути президент великої корпорації або власник невеликого підприємства. Однак президенту корпорації узагальнена інформація щодо інновації надається з використанням довгого ієрархічного ланцюжка. Він бачить ситуацію досить

узагальнено. Підприємець найчастіше сам збирає інформацію щодо вимог до продукції з боку споживачів, особисто обговорює з технологами пропоновані новинки. Тобто бачить ситуацію зсередини з усіма її нюансами. В результаті, президент великої компанії і підприємець вирішують різні задачі. У президента – це задача вибору стратегічно найкращого варіанту з невеликої кількості наданих підлеглими варіантів. У підприємця виникає так звана відкрита задача «вирішення проблеми», в якій спочатку потрібно сприйняти ситуацію та шукати варіанти, а потім їх висловити зрозумілими термінами та сформулювати. Обидві задачі потребують особистісних інтелектуальних і вольових зусиль для зниження рівня невизначеності ситуації. При цьому, якщо підприємець може дозволити собі критерії і оцінки аж до особистісного саморозвитку, то у президента великої компанії оцінки можуть бути тільки прагматичними. Загальне укладається в тому, що вони обидва розуміють свою особисту відповідальність за прийняття рішення й приймають на себе всі наступні ризики.

2. Підприємець – це індикатор «слабких сигналів» ринку. Слабкі сигнали зміни балансу «попиту-пропозиції» швидше сприймають саме невеликі підприємницькі структури. Справа у тому, що тенденції до зміни балансу «попиту-пропозиції» не відразу відбивається на ціні, як це передбачає класична економічна теорія. Первісно змінюються супутні умови ведення бізнесу. Постачальник виключає знижки, знижує обсяги товарного кредиту. Окремі споживачі зменшують обсяги закупівель, переходять на товари нижчого цінового діапазону та рідше дозволяють собі відвідування кафе. Підприємець знаходячись всередині потоку таких подій, може оцінити їх інтенсивність і відчутти тенденції до відхилень та чим скоріше він на них зреагує, тим менше будуть можливі втрати. На ринку можливе і покращення ситуації. Тоді, чим скоріше це зрозуміє підприємець, тим більший надприбуток він отримає. Швидке й адекватне сприйняття ринкової ситуації – важлива властивість підприємницького сектору. Воно дозволяє знизити рівень негативних наслідків кризових явищ в суспільстві та прискорити процеси зростання економіки.

3. Заповнення вільних ринкових ніш. Підприємницький сектор заповнює товарами та послугами локальні ринки, на яких складно працювати великим корпораціям і навіть державним структурам. Відкриття та функціонування невеликих місцевих підприємницьких структур створює умови щодо загального розвитку регіонів, підвищення комфортності життя населення.

4. Підприємницький сектор – головний фактор підвищення рівня зайнятості населення. Створення сприятливих умов для діяльності малих і середніх підприємств є важливою формою державного регулювання як з демпфування кризових явищ, так і з прискорення процесів розвитку. Підприємницький сектор знижує рівень безробіття та підвищує рівень використання людського капіталу, сприяючи отриманню доходу еквівалентного, а іноді й більшого, ніж дохід працівника в державних структурах або на великих підприємствах. Досвід розвинутих країн показує, що при високій долі участі малих підприємств в загальному виробництві промислової продукції, низька ймовірність тяжких і довготривалих криз, які позначаються на всіх сферах соціально-економічного життя суспільства.

5. Підприємницький сектор – це лабораторія з формування ринкових відносин. Згідно з практикою країн із перехідною економікою, формування раціональних ринкових відносин є процесом не тільки складним і суперечливим, але ж і небезпечним. Він стикається з одного боку з корупцією та аморальністю урядовців, а з іншого – з тиском кримінального середовища, рейдерством і прямою фізичною розправою. В цій ситуації тільки активна громадянська позиція підприємницького середовища, його консолідація навколо норм етичної поведінки, соціальної справедливості та відповідальності, дозволить створити цивілізовані ринкові відносини. Одночасно це змусить більш активно здійснювати боротьбу за відсутність корупційних дій у владних структурах та підсилити протидію злочинним структурам. Тільки спільні дії підприємців, суспільства та держави трансформують ринкові відносини за напрямком зростання загального добробуту та якості життя.

**Список використаних джерел:**

1. Дикинс Д. Предпринимательство и малые фирмы / Д. Дикинс, М. Фрил ; пер. С англ. – Х. : Гуманитарный центр, 2014. – 448 с.
2. Клейнер Г. Б. Стратегии предприятия / Г. Б. Клейнер. – М. : Дело, 2008. – 568 с.
3. Audretsch D. Linking Entrepreneurship to Growth / David B. Audretsch, Roy Thurik // OECD Science, Technology and Industry Working Papers. – P. : OECD Publishing, 2001. – P. 3–34.

**Гордійко М. С., к. е. н. Бикова В. Г.**

*Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**ЧИННИКИ РОЗВИТКУ МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ  
ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ**

Специфіка харчової промисловості як суб'єкта економіки в сучасних умовах полягає в тому, що вона органічно пов'язана з необхідністю забезпечити високоякісним продовольством населення країни при даному рівні розвитку аграрного сектора і платоспроможного попиту. Від ефективності функціонування харчової промисловості багато в чому залежить продовольча безпека країни. Перед галуззю стоїть завдання забезпечення населення достатньою кількістю продовольства при високому його якості і прийнятних для населення цінах.

Протягом останніх років українська харчова промисловість демонструє стійке зростання, в результаті чого вона є в даний час надзвичайно привабливою для інвесторів, більшість з яких очікують зростання обсягу продажів і прибутковості в швидкозростаючих сегментах продовольчого ринку (виробництво молочних, дієтичних продуктів і продуктів дитячого харчування, переробці м'яса, овочів і фруктів). Перевагу галузей харчової промисловості визначається як вигідністю капітальних вкладень, так і швидкістю отримання економічного ефекту.

Матеріально-технічний потенціал є найважливішим елементом стратегічного потенціалу підприємства. Високий рівень матеріально-технічного потенціалу

підприємств харчової промисловості обумовлює випуск високоякісного продовольства, зниження витрат виробництва, а також досягнення стратегічних конкурентних переваг. Дослідження матеріально-технічного потенціалу харчової промисловості України виявило ряд негативних тенденцій: зниження швидкості оновлення основних виробничих фондів при зростанні ступеня їх зносу, незадовільна якість зростання фондоозброєності праці, низькі темпи науково-технічного прогресу. У зв'язку з цим необхідність модернізації харчових підприємств не викликає сумнівів, враховуючи вбудовування харчової індустрії в світову продовольчу систему. Модернізація повинна передбачати заміну застарілого і зношеного технологічного обладнання та впровадження сучасних технологій виробництва, які забезпечують ефективне використання сировини, що призведе до поліпшення якості готової продукції і зростання її конкурентоспроможності. Зовнішніми і внутрішніми обмеженнями модернізації виступають дефіцит вітчизняного обладнання для переробних підприємств, низька інвестиційна та інноваційна активність підприємств, брак власних фінансових ресурсів для відтворення основних виробничих фондів. Витрати на технологічні інновації на харчових підприємствах як і раніше значно нижче реальних потреб технічного переозброєння виробництва, а інноваційна діяльність передбачає не принципове вдосконалення виробництва, а часткову модернізацію, що не дозволяє здійснити перехід до випуску конкурентоспроможної продукції.

В харчовій промисловості зростання фондоозброєності супроводжується зниженням продуктивності праці, що суперечить НТП за визначенням. Посилення ситуації, що склалася, загрожує повною деградацією матеріально-технічного потенціалу харчової промисловості.

При цьому слід зазначити, що, незважаючи на зростання технічної озброєності праці, багато харчових підприємства, особливо малих і середніх, ще використовують морально і фізично застаріле обладнання. Слабка технічна оснащеність не дозволяє виводити якісну продукцію, відповідну європейським стандартам. Тому необхідність модернізації таких підприємств не викликає

сумнівів. Модернізація повинна передбачати, насамперед, заміну застарілого і зношеного технологічного обладнання, впровадження сучасних технологій виробництва, що забезпечують ефективне використання сировини, поліпшення якості готової продукції і підвищення її конкурентоспроможності.

Тим часом виробництво вітчизняного обладнання для підприємств галузі є серйозною проблемою. Необхідність розвитку вітчизняного машинобудування для переробки харчової продукції обумовлена як значною потенційною ємністю ринку, так і гострою необхідністю оновлення виробництва та нарощування випуску конкурентоспроможної продукції. У структурі інноваційних витрат підприємств харчової промисловості витрати на придбання машин та обладнання складають близько 60 %. Витрати на придбання нових технологій також значні; однак і тут переважають імпорتنі технології.

Таким чином, в даний час в харчовій промисловості склалася парадоксальна ситуація. З одного боку, відбувається постійне зростання фондоозброєності праці, що можна, безумовно, оцінити позитивно. З іншого боку, спостерігається надлишок основних фондів, які або фізично непридатні, або морально застаріли для залучення їх у виробничих процес. Як результат, багатьом харчовим підприємствам стає вкрай важко здійснювати випуск конкурентоспроможної продукції на наявних виробничих потужностях не тільки з огляду на зміну параметрів споживчого попиту, але і у зв'язку з фізичною і моральною деградацією основних фондів. Технічна і технологічна модернізація зараз явище рідкісне, і основна частина підприємств галузі орієнтується на використання раніше накопиченого матеріально-технічного потенціалу. Затрати на технологічні інновації в харчовій промисловості і раніше значно нижче реальних потреб технічного переозброєння виробництва. На сьогодні інноваційна діяльність харчових підприємств передбачає не принципове удосконалити виробничого апарату, а часткову модернізацію, що, в свою чергу, і не дозволяє здійснити перехід до випуску конкурентоспроможної продукції.

**Список використаних джерел:**

1. Денисов В. Т. Стратегия инновационного развития на макро- и микроуровнях / В. Т. Денисов, Е. С. Авдеева // Вестник СГСЭУ. – 2011. – № 3(37).
2. Прущак О. В. Научно-технический прогресс как основной фактор устойчивого развития пищевой промышленности : моногр. / О. В. Прущак. – Саратов : СГСЭУ, 2003. – 160 с.

**Дураченко К. М., к. е. н. Бикова В. Г.**

*Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМИ КОШТАМИ ВИРОБНИЧОГО  
ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ СИСТЕМНОГО ПІДХОДУ**

У даний час практично відсутні серйозні розробки в галузі управління оборотними коштами, які були б здатні, з одного боку, врахувати специфіку функціонування окремих фірм та організацій, а з іншого – оперативно й адекватно реагувати на достатньо мінливу ринкову кон'юнктуру. Складність таких завдань посилюється індивідуальними особливостями функціонування підприємств в умовах реальних ринкових відносин. Чергове коло проблем, пов'язаних з вирішенням завдань управління операційною діяльністю виробничих підприємств в частині фінансово-економічного забезпечення господарського обороту, свідчить про необхідність формування цілісної концепції (методики) розподілу елементів оборотних коштів, яка дасть можливість на підставі якісної інформації об'єктивного і суб'єктивного характеру приймати оптимальні та реально реалізовані рішення, спрямовані на підвищення ефективності діяльності підприємства.

Під «системою управління оборотними коштами» підприємства, як пропонують фахівці, необхідно розуміти функціональну єдність об'єкта системи управління (оборотні кошти та фінансові чи економічні відносини), суб'єкта системи управління (фінансово-економічна служба підприємства) та зовнішнього середовища. Поняття «система управління оборотними коштами» вживається нами з метою комплексного вивчення процесу трансформації елементів оборотних коштів та їх використання.



Під «об'єктом управління оборотними коштами» розуміють елементи оборотних коштів, що характеризуються зміною величини та структури, а також фінансово-економічними відносинами, що виникають згідно з фінансово-економічними умовами функціонування підприємства. Під суб'єктом системи управління оборотними коштами, як і прийнято, розуміють спеціальну групу людей (фінансово-економічний відділ тощо). Основною метою його є підтримка встановленого та визначного нормального режиму функціонування об'єкта управління в умовах впливу зовнішнього середовища.

Будь-яка економічна система визначається шляхом завдання входу (обсягу і структури елементів оборотних коштів, використовуваних у господарському обороті підприємства), процесу, виходу (показники ефективності використання оборотних коштів та структура елементів оборотних коштів на кінець процесного циклу), зворотного зв'язку та обмежень.

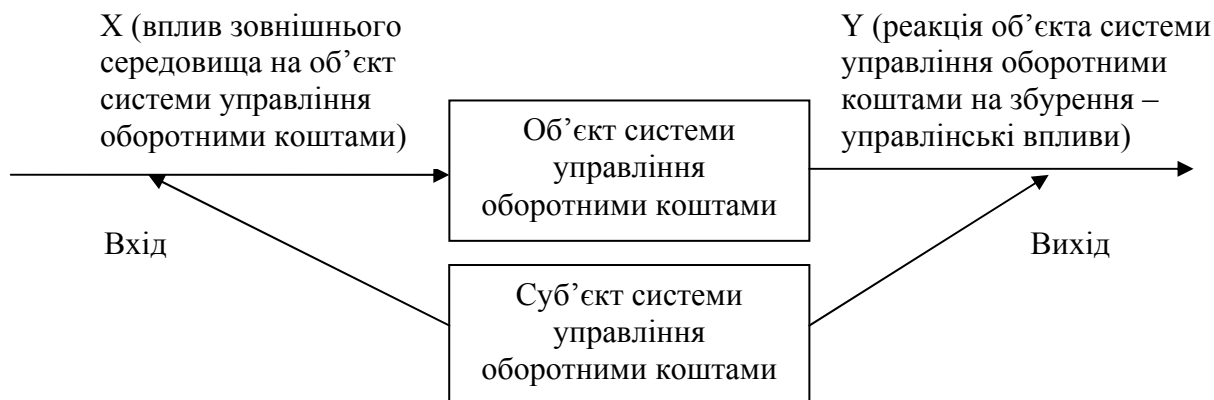


Рис. 1. Система управління оборотними коштами підприємства (класичний цикл)

У будь-якій штучній системі, якою є система управління оборотними коштами (рис. 1), відбуваються три різні за змістом процеси: основний процес, зворотний зв'язок та обмеження. Основний процес трансформує вхід системи у її вихід шляхом забезпечення ефективного використання оборотних коштів підприємства з метою формування передумов забезпечення прибутковості його діяльності. Зворотний зв'язок дає можливість своєчасно та оперативно оцінити розбіжності та розробити й прийняти фінансово-економічні рішення, які

впливатимуть на основний процес системи управління оборотними коштами з метою оптимізації його часу.

До основних завдань системи управління оборотними коштами з використанням зворотного зв'язку належать: перебудова об'єктів, властивостей та зв'язків існуючої фінансово-економічної системи підприємства; перетворення виходу фінансово-економічної системи на вхід з метою регулювання моделі виходу та критеріїв дії фінансово-економічної системи; вплив на процес, що здійснюється, з метою збереження чи покращання дії існуючої фінансово-економічної системи підприємства; навчання та пізнання, які апіорі дозволяють розрізнити існуючий і бажаний стан фінансово-економічної системи підприємства.

Мета зворотного зв'язку – управління, що визначається як стан системи, коли вона знаходиться під контролем. Єдине призначення зворотного зв'язку – зміна процесу управління [1].

Обмеження системи управління оборотними коштами складається з мети (функції) цієї системи та примусових зв'язків (якостей системи). Примусові функції мають бути порівняні з метою. Основною метою системи управління оборотними коштами є підвищення ефективності їх використання, прискорення оборотності. Основними факторами підвищення ефективності вважаються: характер бізнесу; тривалість виробничого циклу; кількість та різноманітність використовуваних видів ресурсів; географія контрагентів; система розрахунків; платоспроможність клієнтів; якість обслуговування установами фінансово-кредитної системи; темп зростання виробництва та реалізації продукції; інфляція.

У зв'язку з цим мають бути встановлені критерії чи стандарти ефективного функціонування системи управління оборотними коштами, визначена частота порівняння фактичного стану функціонуючої системи з встановленими критеріями, розроблено механізм виявлення причин незадовільної роботи, а також механізм визначення характеру та часу необхідного корегуючого управлінського впливу.

**Список використаних джерел:**

1. Бланк И. А. Энциклопедия финансового менеджера : в 4-х т. / И. А. Бланк. – М. : Омега-Л, 2008. – Т. 2. Концептуальные основы финансового менеджмента.

**Євчук К. А.**

*Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ЯК НЕОБХІДНА ПЕРЕДУМОВА  
СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА**

В умовах підвищеної динаміки бізнес-середовища, яке має безпосередній вплив на підприємство, головним фактором виживання та подальшого успішного функціонування компанії є своєчасна її трансформація. Кожне підприємство прагне досягти сталого (стійкого, життєдайного) розвитку, під яким розуміють функціонування компанії без криз та банкрутств. За Л. А. Квятковською, «сталий розвиток підприємства в поточному періоді слід розглядати як його здатність до здійснення економічної діяльності в кожен окремий момент часу в умовах невизначеності впливів зовнішнього середовища, які порушують нормальне функціонування і розвиток підприємства. Динамічний сталий розвиток підприємства характеризує вже сам процес розвитку підприємства, постійність і безперервність його змін в напрямку вдосконалення з метою переходу підприємства на якісно новий рівень діяльності. Відмінною особливістю динамічного сталого розвитку підприємства є те, що на кожному етапі розвитку відбувається «закріплення» якісних змін, поліпшень на основі циклічного відтворення постійної системи функцій підприємства, що складає зміст процесу його функціонування» [1, с. 87].

Тобто, під сталим розвитком підприємства розуміють його довготривалий успіх. Забезпечити такий успіх є можливим тільки завдяки правильно обраній стратегічній орієнтації та професійному стратегічному управлінню. За З. Є. Шершньовою стратегічне управління визначається як «реалізація концепції, в якій

поєднуються цільовий та інтегральний підходи до діяльності організації, що дає можливість встановлювати цілі розвитку, порівнювати їх з наявними можливостями (потенціалом) організації та приводити їх у відповідність шляхом розробки та реалізації системи стратегій» [2, с. 384].

Існує вислів «якщо ми не знаємо, куди йдемо, то дуже здивуємось, коли прийдемо не туди». Кожне підприємство обов'язково повинне ставити такі питання, як «що є головною місією?», «якою є наша довгострокова мета?». Тобто, вкрай важливо розуміти, для чого працює підприємство (що характеризує його місію) та якої мети воно прагне досягти. Слід враховувати, що місія повинна бути екологічною, тобто задовольняти не тільки амбіції підприємства, а, першочергово, нужди та попит споживачів. Це співпадає з концепцією сталого розвитку – працювати на благо населення, міста, країни. У цьому проявляється соціальна відповідальність керівного апарату та підприємства в цілому. Коли вище керівництво має чітке розуміння цього, то виникає обґрунтована стратегія управління підприємством, яка націлена на досягнення результатів.

Концепція стратегічного управління має свої характерні риси, які залежать від наявності та взаємодії таких чинників, як галузева належність підприємства, його розмір, тип виробництва, наявність науково-технічного потенціалу, рівня управління тощо. Стратегічне управління сприяє найефективнішому використанню талантів та здібностей працівників, розрізняє рівень кваліфікації персоналу. Можна сказати, що ефективність управління підприємством залежить від менеджерів, які розробляють стратегії підприємства та втілюють їх у життя. Головною метою вищого керівного апарату є виявлення таких працівників, які не тільки розробляють сильні та націлені на результат стратегії, а й вміють втілювати їх у життя. Тобто, недостатньо тільки вдало розробленої стратегії, вона повинна бути реалізована на практиці, що для третини сучасних підприємств є проблемою. Багато українських підприємств взагалі не розглядають розробку стратегії як доцільний ефективний інструмент для подальшого функціонування

та розвитку. Це може бути пов'язано з низьким професійним рівнем керівного апарату організації. Між тим, в сучасних умовах нестабільного зовнішнього середовища, ризику виникнення криз та підвищення конкуренції на ринку, вкрай важливо втілювати у життя практичний інструментарій стратегічного управління як закордонних організацій, так і вітчизняних підприємств.

Одним з успішних прикладів вдалого стратегічного управління є АТ «ВО «КОНТІ». Дане підприємство має чітко сформульовану місію, як то «довготривалий розвиток зі створенням унікальних, якісних, корисних продуктів». Ця місія відповідає концепції сталого розвитку, до якого прагне підприємство шляхом ретельно розробленої стратегії та професійного стратегічного управління за допомогою висококваліфікованого персоналу.

Реалізація стратегії АТ «ВО «КОНТІ» полягає у наступному:

1. Урахування сучасного економічного становища: впровадження стратегії максимального забезпечення потреб споживачів на внутрішньому ринку, прогнозування обсягу реалізації продукції при коливанні ціни, визначення частки ринку, спираючись на аналіз еластичності попиту та беручи до уваги конкурентів «Житомирські ласощі» та «Бісквіт Шоколад».

2. Удосконалення якості продукції: підприємство прагне до виробництва доброякісної, екологічно чистої продукції, що не зашкодить здоров'ю споживача. У зв'язку з цим на постійній основі розробляються та тестуються нові рецептури кондитерських виробів.

3. Цінова політика підприємства: ціни на продукцію на галузевому ринку у підприємства менші, аніж у конкурентних кондитерських виробників і у середньому по галузі, що робить продукцію доступною для різних прошарків населення.

4. Благочинна діяльність: святкові подарунки школам, дитячим садкам, дитячим будинкам та школам-інтернатам. Це робить імідж підприємству, підвищує довіру споживачів.

5. Вивільнення матеріальних ресурсів на розробку нових власних торгових марок та вдосконалення якості продукції вже існуючих торгових марок.

Усі заходи, впроваджені підприємством АТ «ВО «КОНТІ» відповідають концепції сталого розвитку, місії компанії. Успішність компанії, її налагоджене функціонування вказує на те, що вона є стратегічно орієнтованою та використовує стратегічне управління як інструмент досягнення поставленої мети.

Отже, на теперішній час не викликає сумнівів твердження, що парадигма стратегічного управління, яка розроблена та втілена у життя висококваліфікованими спеціалістами, спроможна забезпечити підприємствам не тільки виживання у сучасних нестабільних умовах, а й комерційний успіх, сталий розвиток та досягнення головної мети підприємства – максимізації прибутків.

#### **Список використаних джерел:**

1. Квятковська Л. А. Реалізація принципів концепції сталого розвитку в діяльності підприємства / Л. А. Квятковська // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2013. – Вип. 1. – С. 85–89.
2. Шершньова З. Є. Стратегічне управління : навч. посіб. / З. Є. Шершньова, С. В. Оборська. – К. : КНЕУ, 1999. – 384 с.
3. Кузьміна О. С. Аналіз підходів до трактування поняття «сталий розвиток підприємства» [Електронний ресурс] / О. С. Кузьміна // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2015. – № 5(1). – С. 13–21. – Режим доступу : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu\\_ekon\\_2015\\_5\(1\)\\_4](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_ekon_2015_5(1)_4).
4. Гринько Т. В. Подходы к потребности предприятия во внедрении инноваций / Т. В. Гринько, О. П. Крупський // Economics, management, law: innovation strategy: Collection of scientific articles (2016, Zhengzhou, China). – Zhengzhou : Henan Science and Technology Press. – P. 109–115.

**Єлісєєв Є. Ю., к. е. н. Хуторський П. О.**

*Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

## **СТАЛИЙ РОЗВИТОК ЯК ТЕОРІЯ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ**

Сучасне людство переживає складний процес суспільних перетворень, пов'язаних з усіма сферами людського буття, серед яких особливо гостро стоять проблеми забезпечення економічної, соціальної та екологічної безпеки системи господарювання всіх рівнів (світова, державна економіка та економіка підприємства). З моменту виникнення необхідності наукового обґрунтування шляхів досягнення гармонізації всіх складових господарської діяльності (власне економічна, соціальна та екологічна) категорія трансформації вийшла на авансцену наукових дискусій, адже перехід від несталого до сталого розвитку дозволить підвищити ефективність управління всіма факторами впливу на економічну безпеку. Сталий розвиток має стати основою трансформації економіки держави в напрямі її безпечного функціонування. Адже перехід від несталого до сталого розвитку суспільства потребує негайної відмови від вже діючих та розробки нових правил гри, які б забезпечили економічну безпеку на всіх рівнях суспільного розвитку. Фактично це означає, що для переходу до сталого розвитку, необхідно трансформувати економічну систему на всіх рівнях (міжнародний, мікро- та макрорівні), що дозволить здійснювати управління економічною безпекою, зважаючи на весь комплекс факторів.

Сталий розвиток як теорія трансформації економічної системи в напрямі збереження збалансованого розвитку економічної системи та її взаємодії з соціальним і природнім середовищами набуває все більшої актуальності в сучасних умовах суспільного розвитку. Адже сталий розвиток сприяє комплексному підходу до управління економіко-екологічною безпекою як всієї системи, так і її окремих елементів.



Така актуальність пов'язана, в першу чергу, з цілями сталого розвитку та її основної мети – забезпечення життєдіяльності наступних поколінь. Досягнення вказаних цілей обумовлює параметри трансформації та розвитку теоретико-методологічних основ управління економічною безпекою суб'єкта господарювання як основного агента економічної системи. Трансформація системи управління економічною безпекою підприємства обумовлює необхідність зміни її методології та параметрів інформаційного забезпечення, основним джерелом якого виступають системи обліку і аналізу.

«Сталий розвиток, положення якого є пріоритетними при управлінні економічними системами різних рівнів, формує систему управління безпечним функціонуванням суб'єктів господарювання різних галузей національної економіки» [1]. «Це, в свою чергу, обумовлює необхідність перегляду діючих підходів до системи управління промисловими підприємствами та її інформаційних підсистем, зокрема: планування, бухгалтерський облік, внутрішній контроль та економічний аналіз» [2].

Таким чином, ядром забезпечення сталого розвитку світового суспільства та трансформації мотивів «людини – економічного агента» – є сталий розвиток підприємства. Саме підприємство як суб'єкт господарювання є призмою відображення мотивів «людини – економічного агента», й саме на рівні окремого підприємства є можливим запровадження відповідних інструментів, які дозволять гармонізувати дані мотиви та гармонізувати соціальну, економічну та екологічну сфери його функціонування. Сталий розвиток підприємства є складною економічною категорією, адже поєднує в собі три складові або сфери функціонування, які переслідують антагоністичні цілі [3]. Зокрема, економічна складова – примноження капіталу; соціальна – налагодження соціального консенсусу між різними соціальними інститутами: підприємством та суспільством, підприємством та працівниками, підприємством та інвесторами; екологічна – раціональне використання природних ресурсів, зменшення антропогенного впливу виробництва на навколишнє середовище.

Сталий стан передбачає можливість системи вирішити виникаючі протиріччя і протистояти дестабілізуючим внутрішнім і зовнішнім чинникам, не руйнуючи своєї цілісності і не змінюючи своїх властивостей. Перехід від несталого до сталого розвитку суспільства вимагає відмови від діючих положень економічного розвитку та формулювання нових правил гри, які б забезпечили економіко-екологічну безпеку на всіх рівнях суспільного розвитку. Фактично такий перехід є трансформацією економічної системи на всіх рівнях (міжнародний, мікро- та макрорівні), що дозволить здійснювати управління економіко-екологічною безпекою, зважаючи на весь комплекс факторів.

### **Список використаних джерел:**

1. Грицишен Д. О. Розвиток понятійно-категоріального апарату управління економіко-екологічною безпекою в контексті теорії сталого розвитку / Д. О. Грицишен // Вісник Волинського інституту економіки та менеджменту. – 2015. – № 13. – С. 91–109.
2. Романчук К. В. Розвиток бухгалтерського обліку активів в умовах трансформації інституту права власності: монографія / К. В. Романчук. – Житомир : ЖДТУ, 2012. – 528 с.
3. Сталий розвиток // Світовий центр даних з геоінформатики та сталого розвитку [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://wdc.org.ua/uk/sustainabledevelopment>

**Захарова Д. С., д. е. н. Гринько Т. В.**

*Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

## **ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ**

Динамічний розвиток світової економіки супроводжується низкою суттєвих структурних зрушень. Однією з таких змін є переорієнтація економічних систем з виробництва товарів на надання послуг, яке відбулося в останні десятиліття. Наслідком цього є зростання ролі сфери послуг у загальному розвитку світового господарства та її впливу на добробут суспільства.

За оцінками МВФ, на початку ХХІ ст. усі види послуг разом склали близько 70 % вартості світового ВВП або 1500 млрд дол. Економічна система

кожної країни має свої особливості, які зумовлюють специфіку розвитку сфери послуг, яку також називають третинним сектором економіки [1].

В світі існує певний дуалізм між динамічністю розвитку сфери послуг та темпами науково-технічного прогресу. З одного боку, умовою розвитку НТП є забезпеченість висококваліфікованими кадрами, які є продуктом сфери послуг. З іншого боку, досягнення НТП сприяють вдосконаленню існуючих технологій, впливаючи на зростання сфери послуг. Крім того, досягнення НТП стимулюють автоматизацію виробництва, наслідком чого є вивільнення значної частки робочої сили з промислового сектору.

Особливостями послуги як специфічного товару є складність у визначенні моменту її надання, високий ступінь суб'єктивності у визначенні ціни послуги, невелика кількість або відсутність альтернатив деяких видів послуг, більш значний вплив репутації підприємства на його успішність, залежність ряду послуг від локації споживачів через неможливість транспортування [2].

Послуга як специфічний вид товару стала невід'ємною складовою буденного життя населення. Практично всі види діяльності сьогодні пов'язані зі сферою послуг, зокрема, послуги надаються не лише традиційними сервісними, а й промисловими підприємствами, які забезпечують гарантійне та післягарантійне обслуговування своїх товарів, транспортні послуги, інформаційну підтримку споживачів тощо [5].

У 2015 році в Україні функціонувало 225088 підприємств, що займалися наданням послуг. Частка підприємств сфери послуг в загальній кількості вітчизняних підприємств становила 65,5 %. Для порівняння, у 2014 році кількість підприємств цієї сфери становила 223017 од., а частка складала 65,4 % [3]. Тобто мав місце приріст кількості підприємств сфери послуг та збільшення їх питомої ваги на вітчизняному ринку.

Для України, як і для більшості країн світу, характерна структурна нерівномірність розвитку сфери послуг. Відтак, найбільші частки у структурі

сервісних підприємств станом на 2015 рік припадають на організації оптової та роздрібною торгівлі, ремонту автотранспортних засобів та мотоциклів (41,6 %), підприємства, що здійснюють операції із нерухомим майном (14,5 %) та організації професійної, наукової та технічної діяльності (13,2 %) [3].

Для порівняння, у Франції зареєстровано близько 1,8 млн комерційних фірм, які займаються наданням послуг, серед яких найбільша частка приходить на торговельні організації – 782,2 тис. підприємств. Торговельні послуги у цій країні створюють біля 56 % ВВП, а сфера послуг загалом – 78 % [4].

У 2015 році вітчизняними підприємствами сфери послуг було реалізовано продукції на суму 3276671,5 млн грн, що становить 57,3 % від загального обсягу реалізації. У 2014 році ці показники склали 2517205,9 млн грн та 56,4 % відповідно [3]. Тобто приріст відбувся не лише в кількості підприємств даної сфери, а й в обсягах реалізації ними продукції.

Розвиток сфери послуг України є динамічним та багатоаспектним. Після отримання незалежності у країні почало активно розвиватися підприємництво, завдяки чому постійно розширюється спектр послуг, що надаються. Перевагою даної сфери є висока швидкість обороту капіталу за рахунок більш короткого виробничого циклу, диференціація та спеціалізація у рамках одного напрямку діяльності, індивідуальність та нестандартність багатьох послуг, що створює сприятливі умови для функціонування суб'єктів малого підприємництва.

У загальній структурі чисельності економічних суб'єктів, що займаються наданням послуг, особи-підприємці становлять 86,8 %, обсяг реалізації яких у 2015 році склав 7,8 % від загального обсягу.

Значення сфери послуг в національному господарстві пояснюється і кількістю населення, що працює в ній. Відтак, у 2015 році кількість працівників, зайнятих у сфері послуг, складала 4989 тис. осіб або 59,9 % [3]. Таким чином, сфера послуг забезпечує робочими місцями велику частку населення, а отже відіграє важливу роль у розвитку людського капіталу з позиції зайнятості.

Підприємства сфери послуг активно залучаються до процесів міжнародної торгівлі. Період 2013–2015 рр. характеризується превалюванням обсягів експорту послуг над їх імпортом. У цьому аспекті, вітчизняний ринок має значний потенціал щодо збільшення частки на світовому ринку за рахунок розвитку науки, інформаційно-технологічних технологій, програмного забезпечення, електронної та мобільної торгівлі тощо. Такий потенціал буде реалізовано за умови забезпечення національної економіки висококваліфікованими кадрами та відповідною матеріально-технічною базою. Ефективне використання геополітичного розташування земель сприятиме збільшенню надходжень від надання транспортних послуг.

Підприємства сфери послуг України відіграють важливу роль у розвитку національного господарства. Особливостями розвитку даного сектору економіки України є:

- значна частка підприємств, що надають послуги в загальній чисельності підприємств;
- превалювання частки організацій оптової та роздрібною торгівлі, ремонту автотранспортних засобів та мотоциклів над іншими напрямками;
- привабливість даної сфери для малого та середнього бізнесу, зокрема, значна частка осіб-підприємців в загальній структурі чисельності економічних суб'єктів;
- створення значної частки робочих місць для населення України;
- активне залучення підприємств сфери послуг до процесів міжнародної торгівлі та позитивне сальдо експортно-імпортних операцій у сфері послуг.

Подальший розвиток підприємств сфери послуг України потребує створення більш сприятливих економічних та правових умов для ведення господарської діяльності. Задля досягнення цієї мети доцільним є:

- вдосконалення нормативно-правової бази щодо регулювання діяльності підприємств, що надають нові для вітчизняного ринку послуги;
- розробка державних та місцевих програм щодо стимулювання інноваційного інвестування задля прискорення розвитку НТП;

- впровадження державних та місцевих програм у сфері інвестиційної політики, зокрема, розробка програм пільгового кредитування у сфері оновлення основних засобів;

- вдосконалення державної політики щодо розвитку вітчизняних підприємств сфери послуг шляхом залучення населення до питань визначення пріоритетних напрямів розвитку.

### **Список використаних джерел:**

1. Бурменко Т. Д. Сфера услуг: экономика : учеб. пособ. / Т. Д. Бурменко, Н. Н. Даниленко, Т. А. Туренко. – М. : КНОРУС, 2008. – 328 с.
2. Гринько Т. В. Проблеми та перспективи інноваційного розвитку вітчизняних підприємств сфери послуг [Електронний ресурс] / Т. В. Гринько, О. С. Максимчук // Проблеми економіки. – 2015. – № 1. – С. 255–260. – Режим доступу : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Rekon\\_2015\\_1\\_33](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Rekon_2015_1_33)
3. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [ukrstat.gov.ua](http://ukrstat.gov.ua)
4. Обзор экономики Франции за 2015 год [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.entreprises.gouv.fr>
5. Timar I. V. Hospitality services in Ukraine: current state, problems and prospects for further development / I. V. Timar // Economics, management, law: realities and perspectives: Collection of scientific articles. – Les Editions L'Originale, Paris, France, 2016 – С. 241–244.
6. Пугачевська К. Й. Сфера послуг в Україні: особливості розвитку та стратегічні перспективи [Електронний ресурс] / К. Й. Пугачевська // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Економіка і менеджмент. – 2016. – Вип. 18. – С. 52–55. – Режим доступу : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu\\_eim\\_2016\\_18\\_12](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu_eim_2016_18_12)

**Коваленко В. О., Арбеков М. О., к. т. н. Куценко В. Й.**

*Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

### **ОСНОВНІ СКЛАДОВІ ІНДУСТРІАЛЬНОГО ПАРКУ**

Одним із дієвих інституційних інструментів залучення інвестицій є створення індустріальних (промислових) парків. На сьогоднішній день створення та розвиток індустріальних парків в Україні є однією з провідних завдань національної економіки. За даними Асоціації Індустріальних Парків (АІП) існує єдиний Стандарт індустріального парку. У цьому Стандарті передбачені обов'язкові вимоги і необов'язкові ознаки (конкурентні переваги) чинного індустріального парку.

У разі проектованого індустріального парку дані ознаки застосовуються до проектно-кошторисної документації. Основні типи індустріальних (промислових) парків: 1) грінфілд (greenfield); 2) браунфілд (brownfield).

Індустріальний парк типу «Грінфілд» – парк, створюваний на новій відведеній незабудованій земельній ділянці, як правило, не забезпеченій інфраструктурою. Парк типу браунфілд – парк, створюваний на основі раніше існуючих виробничих майданчиків, як правило, забезпечених будівлями, спорудами та інфраструктурою, щодо яких проводиться реконструкція і (або) капітальний ремонт, відповідно до спеціалізації парку і потреб його резидентів. Керуюча компанія парку – це юридична особа, яка є його власником або уповноважена здійснювати управління створенням, розвитком і функціонуванням індустріального парку. Земельна ділянка парку безпосередньо призначена для його розвитку, розміщення резидентів та інфраструктури без урахування розвитку. Обов'язкові вимоги до керуючої компанії індустріального парку:

1) основною статутною діяльністю керуючої компанії є управління індустріальним парком і надання послуг його резидентам;

2) наявність правових підстав, що дозволяють керуючій компанії розпоряджатися майном парку і всією внутрішньо парковою інфраструктурою (дорогами, інженерними мережами, які включають розподільні пристрої, очисні споруди і т. д.);

Обов'язкові вимоги до транспортної доступності індустріального (промислового) парку:

1) наявність введеної в експлуатацію дороги з твердим покриттям до межі земельної ділянки;

2) наявність існуючого приєднання дороги до регіональних і національних трас;

3) наявність з'їзду з дороги до земельної ділянки, що дозволяє забезпечити в'їзд будівельної техніки та проведення інженерних вишукувань.



Обов'язкові вимоги до інженерної інфраструктури індустриального парку:

1) наявність на території парку точки підключення до електричних мереж, забезпеченої потужністю не менш як 2 МВт;

2) наявність існуючого підключення до електропостачання або підтвердженою уповноваженою енергетичною організацією технологічної можливості підключення або узгодженого проекту створення власних потужностей з питомою потужністю не менше 0,2 МВт на кожен гектар першої черги індустриального парку;

3) наявність існуючого підключення або технічних умов на підключення до мереж газопостачання та (або) наявність існуючого підключення або технічних умов на підключення до мереж тепlopостачання;

4) наявність існуючого підключення або технічних умов на підключення до системи водопостачання і водовідведення.

Обов'язкові вимоги до концепції індустриального парку:

1) опис проекту (executive summary) із зазначенням термінів його реалізації, площі земельної ділянки, технічних параметрів об'єктів капітального будівництва, потужності енергетичних ресурсів;

2) структура управління, в тому числі організаційно-правова та функціональна структура керуючої компанії, опис послуг індустриального парку, його цінової політики для резидентів;

3) спеціалізація індустриального парку та функціональне зонування території;

4) бізнес-план;

5) план перспективного розвитку;

6) резидентна політика і галузева спеціалізація;

7) концепція розвитку інженерної інфраструктури [2].

Концепція управління індустриальним парком базується на тому, що його діяльність повинна бути на службі суспільства. Тобто, місія (призначення, служіння) організації – покращення якості життя суспільства через надання

сучасних технічних можливостей різним сферам бізнесу, особливо агропромисловому як основі життєдіяльності людей та розвитку ключових видів економічної діяльності в Україні. Місія (напрямок руху, філософія господарської діяльності) є основою для розробки мети підприємства: соціокультурної – створення гармонійних відносин у трудовому колективі, щоб була взаємна повага, довіра, відповідальність, щирість, допомога. Економічна мета парку цілком залежить від реалізації соціальної мети.

Одним із найважливіших правил розробки мети підприємства є наступне: всі співробітники повинні чітко уявляти свою роль і відповідальність за особисті й колективні результати для досягнення довгострокової та короткострокової мети підприємства. Для цього вони повинні бути добре поінформовані, підготовлені і виховані. З визначеної мети організації витікають її задачі: розробка і впровадження ефективної соціально-економічної та екологічної політики, яка базується на патерналістському принципі управління, превентивному соціально-психологічному методі керівництва та корпоративній соціальній відповідальності, що є запорукою сталого (животворного довговічного) розвитку та економічної безпеки господарювання.

### **Список використаних джерел:**

1. Ванюшкин А. С. Анализ концепций развития индустриальных парков в Крыму / А. С. Ванюшкин // Ученые записки Таврического национального университета имени В. И. Вернадского. Серия «Экономика и управление». – 2014. – Том 27 (66). – № 1. – С. 18–31.
2. Електронний ресурс. – Режим доступу : <http://www.indparks.ru>

Колісник Х. С.

*Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

## **ГРЕЙДУВАННЯ – ФОРМА ОПЛАТИ ПРАЦІ НА СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ**

Оплата праці – важлива складова ринкових відносин, відображення соціальної політики та ефективності економіки держави, один з головних показників ефективності та результативності реформ. Оплата праці завжди відігравала значну роль в житті суспільства, адже з одного боку, вона є основним доходом працівників і через це її величина відображає рівень добробуту кожного члена суспільства, а з іншого боку якщо її правильно організувати, то можливо досягти підвищення ефективності виробництва за рахунок зацікавленості працівників у праці, а це у свою чергу матиме безпосередній вплив на темп та масштаб соціально-економічного розвитку держави.

Про актуальність даного питання засвідчує і численна кількість наукових праць як вітчизняних, так і зарубіжних науковців. Так, проблемам правильної організації оплати праці присвятили свої праці такі науковці як Т. А. Козирева [1], С. В. Парамонова [1], М. В. Комісарова [2] та інші.

З розширенням бізнесу, зростанням чисельності персоналу, відкриттям філій в інших регіонах підприємства стають менш керованими. Щоб підтримувати конкурентоспроможність в таких умовах необхідно продумати таку систему компенсацій, яка б дозволила мотивувати робітників підприємства на досягнення найкращих результатів. Однією з таких систем є система грейдування – це одна з найсучасніших систем оплати праці. Вона якнайкраще структурує розміри винагород працівників, обґрунтовує справедливість виплат та дає можливість планувати кар'єрний ріст [3].

Грейдинг (система грейдів) – це система проведення оцінки та ранжування посад, в результаті чого посади розподіляють по групах, або за грейдами, у відповідності до їх цінності для підприємств з метою створення найефективнішої

системи мотивування персоналу [1]. Уперше система грейдів виникла в 1950 році у США. Її замовниками були державні структури, які хотіли зрозуміти, скільки необхідно сплачувати чиновникам одного професійного рівня, які виконують різну за складністю та обсягом роботу. Результатом стала розробка універсальної системи, яка враховувала компенсаційні фактори, такі як відповідальність, досвід, результативність праці, знання та навички, від яких залежав матеріальний розмір компенсації для певної посади.

Для українських роботодавців грейдова система праці стає все важливішою, адже в умовах постійно зростаючої конкуренції керівники підприємств стають усе краще розуміти важливість мотивації (матеріальної та нематеріальної) свого основного ресурсу – персоналу та приділяти цьому питанню більше уваги [3].

Хочеться також відзначити, що під терміном «грейдинг» мається на увазі саме оцінка посад чи посадових позицій, однак в практиці управління персоналом можливо побачити застосування цього терміна для двох різних підходів. Перший підхід: Грейдинг робіт чи посад, тобто коли відбувається оцінка та ранжування по «грейдах» посад і не має значення який саме робітник обіймає посаду. Грейд посади залежатиме від цінності та важливості цієї посади для підприємства. Другий підхід: Грейдинг робітників, – тобто коли відбувається оцінка та розподіл по грейдам робітників персонально. В даному підході враховуватимуться і цінність роботи, що виконується, і цінність самого робітника, що залежатиме від рівня його досвіду, майстерності, професійності, кваліфікації [2].

Найбільш подібним аналогом до системи грейдів у радянські часи була Тарифна кваліфікаційна сітка, але її могли застосовувати тільки до деяких видів посад, та й оцінювали їх досить формально.

Вважається, що при грамотному використанні системи формування окладів можливо підвищити ефективність використання фонду оплати праці на 10–40 %, а до цього прагне будь-яке підприємство. За грейдінгової системи робітники розуміють за що саме вони отримують свою заробітну платню та що їм потрібно робити, щоб піти вище по кар'єрній сходах, і це великий плюс для будь-якого

робітника. Необхідно також звернути увагу на те, що головна перевага системи грейдуння – це переведення нематеріального показника «цінність праці робітника» в грошовий еквівалент.

Прикладом позитивних наслідків застосування грейдингової системи на підприємствах України є коментарі менеджерів цих підприємств:

«За допомогою застосування грейдингової системи нам не тільки вдалося впорядкувати систему оплати праці, але ми також маємо можливість підтримувати її конкурентоспроможність у порівнянні з рівнем оплати аналогічних посад на ринку праці» – розповідають у компанії «Київстар».

«Процес порівняння заробітної плати фахівців та коригування її через зміни на ринку праці, відбувається швидше та ефективніше, коли ми маємо чітку структуру та знаємо вагу кожної посади» – зауважує Юлія Світельська, начальник відділу з управління персоналом компанії «Юнілевер Україна».

Підсумовуючи можемо сказати, що за оцінками експертів, грейдинг усе більше популяризується в Україні як спосіб для розрахунку заробітної платні. Система грейдів цілком логічна та доступна для застосування майже на будь-якому підприємстві, але вона все ж вимагає детального вивчення, особливо її практичної сторони, для отримання найоптимальнішого результату з використанням мінімальних людських, фінансових та часових ресурсів.

### **Список використаних джерел:**

1. Парамонова С. В. Проблеми оцінки праці / С. В. Парамонова, Т. А. Козирева. – Красноярск : Вид-во Краснояр. держ. ун-ту, 2003. – С. 83.
2. Комісарова М. В. Плануємо потребу в персоналі / М. В. Комісарова // Довідник з управління персоналом. – 2008. – № 3. – С. 45–48.
3. Мартынов К. Стоит ли грейдинг выделки? / К. Мартынов // Кадровый менеджмент. – 2009. – № 9. – С. 63.

**Косенко А. О., Рябик Г. Є.**

*Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

## **СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА**

Сучасні ринкові відносини вимагають від підприємств обдуманого оптимального використання наявного економічного потенціалу задля досягнення стійких позицій на ринку, зміцнення та розширення конкурентних переваг над іншими учасниками ринку, задля забезпечення ефективності функціонування та отримання прибутків.

Економічний потенціал – це показник, що поєднує трудові, фінансові, інформаційні, кадрові, виробничі та інноваційні можливості підприємства, яким притаманні необхідні властивості для розвитку та розширення меж функціонування підприємства на підставі реалізації обраних стратегій.

Оцінка економічного потенціалу – це аналіз якісних та кількісних характеристик підприємства, процесу його управління, можливостей розвитку, здійснення якого неможливе без використання певних підходів.

До методів оцінки потенціалу можна віднести наступні: ситуаційний аналіз, портфельний аналіз, діагностичні інтерв'ю, методи логічного та стратегічного аналізу, експертні оцінки, методи лінійної оптимізації.

Оцінку економічного потенціалу підприємства проводять з використанням наступних принципів:

- 1) оптимальність – передбачає вибір найбільш оптимального набору можливостей у разі існування декількох альтернатив;
- 2) системність – передбачає оцінку потенціалу підприємства як складної системи;
- 3) узгодженість – показники оцінки потенціалу підприємства, а також результати даної оцінки повинні бути узгодженими між собою;
- 4) варіантність – передбачає, що в ході аналізу будуть отримані декілька значень рівня економічного потенціалу;

- 5) адекватність – оцінка повинна відповідати суті економічного потенціалу підприємства, та відображати реальний стан справ;
- 6) комплексність – передбачає всебічну оцінку великої кількості комплексів можливостей з метою вибору максимальних можливостей;
- 7) рентабельність (ефективність) – необхідність перевищення економічного ефекту від визначення величини економічного потенціалу [1].

В основі якісного аналізу економічного потенціалу фірми лежить вибір та систематизація максимальної обґрунтованої кількості чинників, що здійснюють вплив на існуючі ресурси, забезпечуючи тим самим формування потенціалу.

В результаті проведеного дослідження встановлено фактори впливу й види ресурсного потенціалу:

- трудові ресурси: рівень продуктивності праці (відповідальне відношення до праці, мотивація робітників), плинність кадрів (якість підбору персоналу, наявність робочих місць), рівень освіти та кваліфікації персоналу (кількість працівників з вищою освітою, організація підготовки та перепідготовки кадрів);
- фінансові ресурси: показники ліквідності, рівень рентабельності (значення показників прибутку, витрат, доходу), об'єм та структура джерел фінансування (доля займу та власності), рівень фінансової стійкості (платоспроможність підприємства, оборотність капіталу);
- матеріальні ресурси: якість продукції (рівень технологій, маркетингові дослідження), умови поставки ресурсів (відносини з постачальниками, форми оснащення підприємства матеріальними ресурсами), асортимент продукції (потреби ринку, характер діяльності підприємства), рівень запасів (потреби виробництва в запасах, затрати на утримання складів), рівень затрат (норми витрат сировини та матеріалів);
- організаційні ресурси: імідж підприємства (відносини з клієнтами, ділова репутація, історія підприємства), організаційна культура (психологічний клімат, норми поведінки), організаційна структура (рівень розвитку підприємства, особливості діяльності підприємства на ринку);



– інтелектуальні ресурси: інтелектуальна власність (розробка нових ідей, наявність патентів), інновації (можливість виробляти нові товари, рівень привабливості підприємства для інвесторів), компетенція та розвиток персоналу;

– інформаційні ресурси: рівень розвитку інформаційних технологій (наявність потрібних технічних та програмних засобів, рівень методичного забезпечення), система забезпечення інформаційної безпеки (наявність служб інформаційної безпеки та механізмів захисту) [2].

Дослідивши сукупність методів та підходів, дістали висновку про важливість здатності підприємства демонструвати можливість забезпечення довгострокового функціонування та вирішення стратегічних задач з використанням ресурсів, що знаходяться у його власності.

Саме тому оцінка економічного потенціалу має велике значення. Вона показує ступінь використання фінансових ресурсів, дозволяє отримати інформацію про підсумки господарської діяльності, виявити резерви, оцінити шляхи підвищення ефективності функціонування підприємства, сформувати важливі управлінські рішення.

Якщо розглядати підприємство як цілісну систему, сукупність засобів праці та працівників, то можна відзначити, що кожен із об'єктів і суб'єктів володіє часткою потенціалу підприємства, а отже, є носієм економічного потенціалу. Тому, для найбільш якісної оцінки, необхідно дослідити велику кількість факторів багатьох сфер ресурсів підприємства, від трудової до інформаційної, і чим більше та детальніше вони будуть досліджені, тим кращий ефект для подальшого функціонування підприємства принесуть результати.

### **Список використаних джерел:**

1. Жилінська Л. О. Основні підходи до оцінки економічного потенціалу підприємства / Л. О. Жилінська. – Запоріжжя, 2012. – С. 54–56.
2. Електронний ресурс. – Режим доступу : [http://afdanalyse.ru/news/ocenka\\_ekonomicheskogo\\_potenciala\\_predprijatija/2015-08-10-333](http://afdanalyse.ru/news/ocenka_ekonomicheskogo_potenciala_predprijatija/2015-08-10-333)

**Котенко Ю. О., Рябик Г. Є.**

*Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

## **ФОРМУВАННЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВ В СУЧАСНОМУ ЕКОНОМІЧНОМУ ПРОСТОРИ**

За сучасних умов все більшого значення набуває проблема, яка розкривається через питання: як сформувати прибуток з позиції відокремлення нових підходів щодо бачення процесу формування прибутку підприємства у ринковій економіці, як у сукупності технологій.

Окреслення нового стратегічного бачення, щодо формування прибутку підприємства у ринковій економіці, можливе на основі досліджень наявного підходу щодо окреслених нами проблем.

Проблематикою формування прибутків, зокрема їх теоретичними аспектами, мали змогу займатися багато вітчизняних та зарубіжних відомих вчених-науковців. Проте, не вщухають дискусії з приводу єдності у підходах відносно визначення категорії «прибуток». На даний час не розроблено єдиного механізму формування фінансового результату, яким являється прибуток організації.

Процес формування прибутку – це отримання фінансового результату від реалізації виробничої, комерційної, науково-дослідницької та інших сфер діяльності. Якщо проаналізувати спрямованість векторів механізмів управління формуванням прибутків підприємства, то ми будемо мати змогу простежити певну закономірність у формуванні фінансового прибутку на підприємстві. Можна побачити, що механізм управління командно-адміністративної економіки діаметрально протилежно спрямований до механізму управління ринкової економіки [3].

Якщо в ринковій економіці розглянути механізм формування прибутку, то можна побачити, що управління починається з визначення виду діяльності підприємства, переходячи в структурні, мікроекономічні, ринкові та регіональні

підрозділи, закінчуючи відомчими та макроекономічними. А у командно-адміністративній економіці з точністю навпаки.

Здійснення в Україні ринкових перетворень зумовили радикальні зміни у механізмах управління і формування прибутків. Підприємство взяло на себе посаду первинної ланки у рівнях механізмів формування прибутків. Підприємства отримали право власноруч визначати пріоритети і напрями власної діяльності, формування фінансового результату .

Однією з вихідних ланок для визначення операційних прибутків став саме валовий прибуток.

Підґрунтям для визначення операційного прибутку являється валовий прибуток. В свою чергу, через розподіл зазначеного прибутку забезпечується функція реалізації економічних інтересів робітників підприємства, його власників, в певній мірі задовольняється інтерес держави. Найбільшу зацікавленість в подальшому розподілі прибутку мають власники підприємства. Вони в свою чергу забезпечують реалізацію функцій економічних цінностей прибутку, та надають можливості визначати фінансові результати починаючи звичайною діяльністю, закінчуючи оподаткуванням.

У розпорядженні власників підприємства залишається (у повному обсязі) чистий прибуток. На цьому етапі, адміністрація підприємства формує стратегічний план подальшого розвитку з урахуванням перспективних бачень. В даний момент проявляється економічна цінність прибутку як фінансового результату господарювання. При розподілі чистого прибутку формується структура перерозподілу прибутку з урахуванням окремих напрямків: на розвиток, на споживання, на капіталізацію, на виплату дивідендів тощо.

Через розбіжність думок науковців відносно процесу і механізму формування прибутку породжується розбіжність і у самому визначенні його сутності. Формування прибутку полягає у здійсненні безперервного комплексу дій, які дозволять узгодити доходи і витрати підприємств з метою отримання та максимізацій їх позитивного сальдо. В свою чергу, даний безперервний процес регламентується наступними видами технологій його реалізації [2].

Виробничі технології представлені у вигляді поєднання різних засобів та предметів праці, а також безпосередньо самої праці. Взаємодія вказаних елементів дозволяє створювати продукти споживання.

Фінансово-економічні технології передбачають своєчасне фінансування виробничо-збутової, інноваційної, інвестиційної та інших видів діяльності підприємства в достатньому обсязі. Також дана технологія направлена на визначення стратегічних зон господарювання підприємства, ринків збуту. В рамках фінансово-економічної технології застосування математичних, статистичних, економічних методів розрахунку дозволяє оптимізувати витати та максимізувати прибуток.

Інформаційно-правова технологія полягає в єдності врахування законів, нормативних актів і фінансової звітності з метою регулювання процесу формування фінансового результату як в межах конкретного підприємства (фірми), так і на рівні держави в цілому.

Управлінська технологія характеризується сукупністю операцій що поділяють функції керованих та керуючих підсистем. Застосування управлінської технології диктується тим, що формування фінансового результату організації та раціональний його розподіл має забезпечити достаток власника та працівників підприємства в теперішній момент часу, а також забезпечити його майбутнє зростання.

Таким чином, концептуалізація сутності формування фінансового результату підприємства, на нашу думку, має ґрунтуватися на визначенні ролі та місця даної економічної категорії в економіці ринкового типу з урахуванням застосування описаних технологій.

### **Список використаних джерел:**

1. Батракова Т. І. Особливості управління прибутковістю машинобудівних підприємств на сучасному етапі / Т. І. Батракова // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. – 2013. – № 2 (58). – С. 204–208.
2. Поляк Г. Б. Финансовый менеджмент : учеб. для вузов / [Г. Б. Поляк, И. А. Акодис, Т. А. Краева и др.] ; под. ред. проф. Г. Б. Поляка. – М. : Финансы, ЮНИТИ, 1997. – 518 с.
3. Шваб Л. І. Економіка підприємства : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Л. І. Шваб ; 4-е вид. – К. : Каравела, 2007. – 584 с.

**К. е. н. Красняк О. П.**

*Вінницький національний аграрний університет (Україна)*

**ПРОГНОЗУВАННЯ ВЗАЄМОВІДНОСИН БУРЯКОЦУКРОВИХ  
ПІДПРИЄМСТВ ВІННИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ**

Бурякоцукрова промисловість України виробляє цукор як для безпосереднього споживання населення, так і для промислової переробки. Удосконалення взаємовідносин між виробниками цукросировини може сприяти більш ефективній роботі галузі в цілому так і бути джерелом додаткових доходів. «Ефективність функціонування даної системи визначається багатьма факторами, що поєднують в собі технологічні особливості виробництва та фінансування» [1].

До загального «економічного інтересу, участі в одержанні високого кінцевого результату об'єктивно спрямовуються зусилля кожної господарської системи, що зумовлюється правомірним розподілом очікуваних наслідків. Тільки спільна, чітко скоординована на кінцевий результат робота різних за функціональними видами діяльності підприємств і організацій може забезпечити високу економічну ефективність виробництва кінцевого продукту» [2].

Ефективність виробництва цукрових буряків і цукру у Вінницькій області значною мірою залежить від раціональної організації сировинної зони цукрового заводу та рівня спеціалізації сільськогосподарських підприємств, які розміщені в цій зоні. При цьому, організація виробництва цукрових буряків в межах зони має забезпечити сировиною виробничі потужності заводу протягом виробничого циклу. Це дасть можливість зблизити сировинні зони до переробних підприємств для підвищення ефективності бурякоцукрового підкомплексу області.

На сьогодні сучасний розвиток взаємовідносин в бурякоцукровому підкомплексі Вінницької області характеризується низкою кризових явищ, наслідками яких є збитковість виробників цукру та цукрових буряків. В зв'язку з цим необхідними є розробки прийомів щодо визначення майбутніх очікуваних результатів

діяльності підприємств бурякоцукрового підкомплексу. Такими прийомами є методи та моделі прогнозних оцінок, які в цілому відображують два підходи:

Перший – це створення моделей на основі факторів, що мають функціональні зв'язки і характеризуються чіткими рівняннями. В такому випадку прогнозні значення отримують як розрахункові планові показники.

Другий – це створення моделей на основі дослідження впливу факторів, що мають імовірнісну природу або залежать від факторів ризику. В такому випадку використовуваними є економетричні методи, що включають основні фактори, які, з одного боку, будуть відображати діяльність виробників цукрових буряків, а з іншого діяльність виробників цукру.

Отже, на нашу думку, для бурякоцукрових підприємств Вінницької області модель прогнозування взаємовідносин має бути комплексною системою оцінювання з конкретною кількістю вхідних факторів та вихідними критеріями-оцінками. Критерієм ефективності блоку оцінки діяльності цукрових заводів визначено обсяг виробництва цукру. Критерієм блоку оцінки ефективності вирощування цукрових буряків обрано рентабельність. Фактором взаємозв'язку між даними блоками оцінки є урожайність, що ототожнюється з величиною можливого збору необхідної кількості цукрових буряків при конкретному рівні прибутковості для сільського господарства області та можливістю отримати сировину для задоволення виробничих потужностей цукрових заводів.

### **Список використаних джерел:**

1. Електронний ресурс. – Режим доступу : [http://sophus.at.ua/publ/2014\\_12\\_16\\_lutsk/sekcija\\_4\\_2014\\_12\\_16/klasternij\\_analiz\\_integracijnikh\\_zv\\_jazkiv\\_v\\_burjakocukrovomu\\_pidkompleksi\\_vinnickoji\\_oblasti/77-1-0-1170](http://sophus.at.ua/publ/2014_12_16_lutsk/sekcija_4_2014_12_16/klasternij_analiz_integracijnikh_zv_jazkiv_v_burjakocukrovomu_pidkompleksi_vinnickoji_oblasti/77-1-0-1170)
2. Шпичак О. О. Методи регулювання ринку цукру в Україні / О. О. Шпичак // Вісн. аграр. науки. – 2002. – № 8. – С. 76–77.
3. Бутко Н. В. Особливості розвитку інтегрованого сектору цукробурякового під комплексу / Н. В. Бутко // Вісник Черкаського університету. – 2015. – № 24 (357). – С. 54–60.

**К. т. н. Куценко В. Й.**

*Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

## **РОЗВИТОК СОЦІАЛЬНО ОРІЄНТОВАНОЇ СИСТЕМИ ГОСПОДАРЮВАННЯ В СИСТЕМІ ЇЇ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ**

Розвиток соціально орієнтованої системи господарювання є запорукою її економічної безпеки. Головна мета розвитку соціально-економічної системи – забезпечення сталого (безкризового, животворного, довговічного) розвитку суб'єктів господарювання та суспільства. Все ж існуючі сьогодні світові соціально-економічної системи: постіндустріальна, неоіндустріальна (інноваційно-інформаційна), неоліберальна не спроможні забезпечити довговічний життєдайний розвиток суспільства. Класовий антагонізм глобального масштабу набирає все більш руйнівного характеру. Тому гуманітарному розвитку соціально-економічної системи немає альтернативи.

Соціально-орієнтована економічна система, як життєзабезпечуюча складова суспільства, що передбачає управління виробництвом, збутом і споживанням матеріальних та нематеріальних етично-моральних благ, постійно еволюціонує. Сутність соціально-орієнтованої економічної системи полягає в тому, що вона направлена на максимальне задоволення людських потреб життєдіяльності, тому, безперервно оновлюючись, перетворюється у більш досконалу життєздатну та безпечну систему. Такий перманентний об'єктивний розвиток соціально-економічної системи за концепцією гуманістичного управління досягається втіленням у життя таких її принципів:

- соціально-відповідальна (морально-етична) людина є визначальним системоутворюючим елементом системи господарювання;

- зв'язки між трудящими суб'єкта мають будуватися на історичних соціокультурних, психологічних, правових, організаційних, екологічних та економічних відносинах;



- соціально-економічна система передбачає вертикальну та горизонтальну інтеграцію (мирні співіснування та співпраця) як на мікро-, так і на макрорівнях на загальне благо.

Концепція соціально-відповідального управління підприємством включає розробку та реалізацію:

1) місії соціального підприємства – покращення якості морально-етичного та матеріального життя суспільства, перш за все, мешканців території – місця розташування та розповсюдження продукції, послуг. В основі місії (лат. *«призначення, служіння»*) підприємства лежить устремління до збереження та примноження загальнолюдських цінностей життєдіяльності та господарювання при незмінній повазі до кожного члена суспільства, з яким підприємство має прямі чи не прямі стосунки, незалежно від того, чи є він споживач, чи ні. Для максимального забезпечення потреб споживачів маркетолог використовує поєднання високої якості, доступної ціни та щирого невимушеного дружнього спілкування із споживачами й іншими учасниками маркетингового середовища. Маючи глибоке почуття соціальної відповідальності, місія підприємства закликає всіх співробітників (від керівника до рядового працівника) виконувати свої повсякденні обов'язки з думкою про благополуччя людей;

2) класичних (лат. *«первинних, зразкових»*) принципів економіки – принципів щастя автаркічного полісу – місцевого суспільства:

- духовно-моральна єдність членів трудового колективу;
- єдність інтересів споживачів та трудового колективу;
- самозабезпечення, самофінансування;
- самодостатність (достатність того, що маємо);
- самовдоволення (задоволення тим, що маємо);
- вдячності за все Творцю;

3) стилю управління – патристичного (батьківського піклування про членів трудового колективу та їхніх родин);

4) пріоритетних методів управління – соціально-психологічного виховання трудящих як основи професійних знань та навичок;

5) товарної мети – виробництво доброякісної (корисної, безпечної, екологічно чистої, натуральної, органічної) продукції, послуг для життєдіяльності споживачів на довгострокову перспективу у широкому асортименті та діапазоні цін, доступних масовому споживачу. При задоволенні потреб національних споживачів кількісний – економічний ріст (обсягів виробництва та реалізації продукції, послуг) завершується (річний обсяг виробництва наближений до річного розміру потреб споживачів: пропозиція дорівнює потребам) і розпочинається якісний ріст – безперервне покращення якості продукції та послуг;

6) збутової мети – максимальне задоволення морально-матеріальної нужди та потреб споживачів, перш за все, території, регіону чи країни функціонування підприємства. Експорт доречний за умови задоволення національних споживачів та проявлених потреб – запитів іноземних мешканців;

7) способів досягнення мети:

- соціально-відповідальний маркетинг: єдність інтересів споживачів, локальних мешканців та трудового колективу підприємства;

- мирне співіснування з конкурентами;

- мирна співпраця з конкурентами, органами місцевої та державної влади, субпідрядниками, місцевими громадами на засадах довіри та правопорядку;

- критерій ефективності господарської діяльності – мінімізація витрат.

Наслідком соціально-орієнтованої (соціально відповідальної – морально-етичної) економіки буде сталий (животворний довговічний) розвиток місцевої громади та підприємства. Отже, соціальний ефект – покращення якості життя трудящих стане запорукою економічного ефекту, економічної безпеки підприємства та держави.

**К. т. н. Куценко В. Й., Дорошкевич Є. С.**

*Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

## **СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ У СФЕРІ РЕКЛАМУВАННЯ У МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ**

На сьогоднішній день мережа Інтернет поступово набуває все більшого значення і намагається досягнути всі можливі сфери життєдіяльності людства. Зокрема, торгівля, спілкування, пошук інформації та робота із мультимедійними даними – стали частиною сучасного повсякденного життя. Розвиток мережі Інтернет значно підвищив темпи зростання суспільства та створив безліч робочих місць. Проте, окрім позитивних змін, інтернет став причиною нових проблем, однією з яких є соціально-безвідповідальне рекламування у мережі Інтернет.

Важливість питання відповідального рекламування знайшла своє відображення у працях багатьох сучасних авторів, серед яких Н. М Лисиця, Л. В. Байдалюк, А. П. Голод, Т. А. Алексина, А. А. Годин, О. О. Охріменко та ін. Для того, щоб детальніше розглянути проблеми безвідповідального рекламування в мережі Інтернет, необхідно визначити, що є соціальною відповідальністю бізнесу.

Взагалі, соціальною відповідальністю бізнесу прийнято вважати відповідальне ставлення компанії до власного продукту чи послуги, споживачів, робітників, партнерів та інших суб'єктів контактної аудиторії. Крім того, соціальна відповідальність бізнесу часто розглядається як активна соціальна позиція компанії, яка полягає у залученні її різноманітних ресурсів до вирішення соціально-визначних питань.

Вчені виділяють декілька рівнів соціальної відповідальності. Першим рівнем вважається базовий, він стосується законодавства та норм встановлених державою, щодо якості продукції, послуг та пов'язаних з ними елементів, зокрема реклами. Другий рівень – стосується вирішення важливих соціально-економічних питань у межах усього суспільства, що безпосередньо стосуються

напрямків економічної та виробничої діяльності компанії. Третій рівень – це філантропія, ситуаційна благодійність, надання допомоги тим, хто перебуває в скрутних обставинах. Четвертий рівень – включає участь у національних проектах з вирішення соціально-економічних проблем. П'ятий рівень соціальної відповідальності характеризує відповідальність бізнесу за майбутнє суспільства, за розвиток духовності та культури у населення [4]. Зважаючи на зазначене вище, можна сформулювати логічний висновок, що рекламування як оповіщення, освідомленість та виховання людей в цілому є одним із базових рівнів соціальної відповідальності бізнесу, оскільки входить в коло його основної діяльності та регулюється державою.

Перейдемо до розгляду та визначення поняття соціально-безвідповідального ведення бізнесу. Соціально-безвідповідальне ведення бізнесу – це надмірне використання і фактичне зловживання суспільною довірою та не виправдання очікувань споживачів. Питання соціальної відповідальності виникають у зв'язку з діями фірми, що стосуються:

- задоволення персональних та загальносуспільних нужд та потреб;
- чесності по відношенню до інших;
- справедливості, зокрема, у випадках нанесення збитку, через неякісні товари та послуги [3].

Таким чином необхідно зазначити, що безвідповідальним є таке ведення бізнесу, що порушує персональні права, свободи та потреби суспільства. Розглянемо, чи порушує зазначені елементи реклама в інтернеті. Для цього дамо визначення рекламі взагалі та рекламі в інтернеті зокрема.

Реклама – це комерційна інформація, що має на меті вплив на споживача для збільшення прибутку рекламодавця [1]. Інтернет-реклама – оповіщення споживачів різними засобами, представленими в мережі Інтернет, про діяльність підприємства, спрямоване на досягнення кінцевої мети – продажу товарів і послуг [2].

Засоби, за рахунок яких компанії звертаються до споживачів в інтернеті та елементи, якими вони при цьому користуються, давно відомі та врегульовані нормами законодавства, оскільки зазвичай дублюють ті, що і так давно та широко використовуються у друкованих виданнях, зовнішній рекламі та на телебаченні. Проте, якщо звичайні засоби рекламування майже не прив'язані до особистості споживача, то сучасна інтернет-реклама орієнтується на історію запитів споживача в інтернеті, а отже рекламодавці здатні доволі чітко виділити аудиторію на яку буде спрямована реклама.

Цей факт призводить до двох наслідків: по-перше – вдосконалене визначення аудиторії дозволяє рекламодавцям запропонувати споживачам саме ті продукти чи послуги, які вони шукали, а отже допомогти їм у задоволенні власних потреб; а по-друге – рекламодавці мають можливість збирати та використовувати персоналізовану інформацію про споживачів, про що споживачі найчастіше не здогадуються.

Іншим негативним проявом інтернет-рекламування є переслідування рекламою споживачів. Рекламодавці в змозі налаштувати власні засоби комунікації таким чином, аби повідомлення про товар переслідували існуючих або потенційних споживачів, нав'язуючи їм власну продукцію. Ще одним важливим елементом є засміченість рекламними матеріалами інтернет сторінок. Оскільки обмеження щодо кількості та якості реклами у мережі відсутні, власники можуть стимулювати власні заробітки за рахунок продажу місць під рекламу, не піклуючись про її якість для споживачів. Перевірка правдоподібності рекламних повідомлень зазвичай відбувається поверхнево, чим вкрай часто користуються шахраї. Що також можна вважати безвідповідальним ставленням пошукових мереж до своїх споживачів.

Зрештою, можна зробити висновок, що хоча інтернет і виконує важливу функцію у сучасному суспільстві, він сповнений і негативних моментів. Зокрема це твердження справедливе для інтернет-рекламування. Задля подолання даних обставин необхідно переглянути методи рекламування, які надають пошукові

мережі рекламодавцям та підвищити рівень загальнолюдської культури й відповідальності за недобросовісне рекламування.

### Список використаних джерел:

1. Алексина Т. А. Деловая этика : учебник для академического бакалаврата / Т. А. Алексина. – М. : Юрайт, 2014. – 384 с.
2. Годин А. А. Интернет-реклама : учеб. пособ. / А. А. Годин, А. М. Годин, В. М. Комаров. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2009. – 168 с.
3. Воронкова В. Г. Маркетинг соціальних послуг : навч. посіб. для студентів вузів / В. Г. Воронкова ; [та ін.] ; під ред. В. Г. Воронкова. – К. : Професіонал, 2008. – 575 с.
4. Охріменко О. О. Соціальна відповідальність : навч. посіб. / О. О. Охріменко, Т. В. Іванова. – К. : Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут», 2015. – 180 с.

**К. т. н. Куценко В. Й., Корчевна А. О.**

*Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

## **ВПЛИВ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ НА ІМІДЖ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

Як відомо, будь-яка діяльність індивіда обумовлена конкретними мотивами, які спонукають людину до певних дій задля задоволення потреб оточуючих. Спираючись на це можна сказати, що поведінку сучасного підприємства відносно суспільства визначають і регулюють його цінності та місія. На сьогоднішній день досягнення високих фінансових результатів не є превалюючою умовою успіху фірми. Все більшого значення набуває прояв моральних якостей у поведінці підприємця, адже це говорить про його порядність і надійність як і ділового партнера. Тому актуальним є питання впливу соціальної відповідальності на імідж підприємства.

Дана тема висвітлювалась у працях багатьох авторів, серед яких Ю. М. Бурлакова, Л. М. Бухаріна, Л. Є. Довгань, А. Є. Гессен, О. І. Костенко та ін.

У сучасних умовах життєдіяльності людства виникають нові критерії оцінки діяльності бізнес-організацій, серед яких на першому місці стоїть ставлення фірми

до науки, мистецтва, екологічних проблем і т. д. Соціальна відповідальність компанії стає суттєвим важелем у процесі формування певного ставлення споживачів до продукції та послуг сучасних підприємств, а отже, формує їх імідж [3].

У цивілізованому бізнес-середовищі досягнення належного довгострокового успіху не може бути гарантовано лише економічними показниками, оскільки це соціокультурне середовище, де моральні цінності виступають орієнтирами поведінки. У сучасній підприємницькій діяльності акцент робиться на здатності та готовності бізнесменів бути відповідальними перед суспільством, тобто піклуватися про екологію, охорону здоров'я громадян, не порушувати прав споживачів, громадських прав, адже кожна організація під час здійснення своєї діяльності у тій чи іншій мірі використовує матеріальні, фінансові та трудові ресурси держави. Тому кожен підприємець повинен усвідомлювати свою відповідальність перед суспільством і спрямовувати частину своїх доходів та докладати зусиль на його благо і вдосконалення. Важливу роль відіграє також етика ділового співробітництва, яка проявляється у дотриманні правил і норм партнерських відносин, мирного співіснування з конкурентами, у турботі про репутацію фірми, її діяльності та продукції у діловому й громадському середовищі.

Соціальна відповідальність у поведінці сучасних підприємців сприяє стабільному функціонуванню організацій, а також їх здатності впливати на стан і динаміку розвитку суспільства. Доцільним буде сформувані основні позитивні риси соціальної відповідальності у підприємницькій діяльності, які формують позитивний імідж компаній. Отже, соціальна відповідальність підприємств має такі переваги:

- забезпечує довгострокові перспективи сталого (животворного) розвитку суспільства та економічної безпеки суб'єктів господарювання;
- створює можливості впливу на позитивні зміни суспільства;
- допомагає розв'язувати соціальні проблеми, в тому числі й працівників організації;
- покращує морально-етичні норми в організації;



– забезпечує встановлення доброзичливих відносин між підприємцями та членами суспільства тощо [**Ошибка! Источник ссылки не найден.**].

На основі всього вищесказаного доводиться безперечність думки про вплив соціальної відповідальності на імідж компанії. Тому, для формування позитивного іміджу підприємств можна виділити наступні заходи, які необхідно впроваджувати у діяльність соціальної організації:

- здійснювати моніторинг очікувань та життєнеобхідних потреб, перш за все, місцевих споживачів, національного суспільства та стейкхолдерів компанії;
- своєчасно та добровільно реагувати на соціальні проблеми суспільства;
- покращувати якість соціально-корисної продукції, забезпечувати її реалізацію за доступними масовому споживачу цінами; розширювати спектр послуг; використовувати новітні технології;
- покращувати якість трудового життя працівників та підвищувати добробут населення шляхом впровадження програм корпоративної соціальної відповідальності;
- доводити інформацію про діяльність підприємства до аудиторії усіма каналами маркетингових комунікацій;
- вдосконалювати відносини між персоналом [1].

Отже, на сьогоднішній день критерієм оцінки успішності підприємства, який має вплив на рейтинговий показник іміджу виступає соціальна відповідальність. Така діяльність має обов'язковий характер для організацій і пов'язана з бажанням компанії внести певний вклад у розвиток суспільства. Соціальна відповідальність може проявлятися і у вигляді певних дій філантропічного характеру, які не приносять компанії матеріальної вигоди, але формують позитивний імідж в очах суспільства, що й забезпечує її успішне функціонування.

### **Список використаних джерел:**

1. Булгакова Ю. М. Використання потенціалу корпоративної соціальної відповідальності в процесі формування іміджу підприємства / Ю. М. Булгакова // Науковий вісник Ужгородського університету. – 2011. – № 33. – С. 39–44.

2. Бухаріна Л. М. Використання соціальної відповідальності бізнесу для створення позитивного іміджу підприємства / Л. М. Бухаріна, А. В. Сучков // Економіка і організація управління. – 2014. – № 1. – С. 48–53.
3. Довгань Л. Є. Економічні аспекти корпоративної соціальної відповідальності в умовах макроекономічної кризи / Л. Є. Довгань, І. П. Малик // Економічний вісник НТУУ «КПІ». [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.nbuiv.gov.ua/portal/Soc\\_](http://www.nbuiv.gov.ua/portal/Soc_)
4. Гессен А. Є. Формування іміджу корпорацій через корпоративну соціальну відповідальність: зарубіжний досвід / А. Є. Гессен // Вісник Дніпропетровського університету. – 2011. – № 3 (10/2). – С. 7–12.
5. Гринько Т. В. Імідж підприємств сфери послуг: сутність поняття та особливості формування / Т. В. Гринько, І. В. Тімар // Зб. наук. праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. Вип. 38. – Черкаси : ЧДТУ, 2014. – Ч. I. – С. 127–133.

**К. т. н. Куценко В. Й., Корчевна А. О.**

*Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

## **СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ У СФЕРІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

У сучасних умовах глобалізації та невпинного розвитку НТП спостерігаються такі ж швидкі темпи занепаду моральних цінностей суспільства. Перегони за кращими умовами існування призводять до меркантильних та корисних цілей господарської діяльності і, як наслідок, до знецінення моральних якостей у всіх сферах життя людини. На передній план виходять матеріальні блага без врахування методів їхнього досягнення. Все це формує неабияку актуальність питання соціальної відповідальності під час здійснення підприємницької діяльності.

Важливість питання соціалізації бізнесу знайшла своє відображення у працях багатьох сучасних авторів, серед яких Ю. Є. Благов, А. А. Кравченко, В. П. Мазуренко, Л. П. Марчук, Т. Є. Моїсеєнко, А. О. Харламова та ін. Концепція соціальної відповідальності не є новим поняттям. Історія її становлення та розвитку припадає на завершальний етап 70-х рр. ХХ ст. З початку ХХІ ст. наукова література активно висвітлює поняття про соціальну відповідальність. Вчені визначають її, як багаторівневу концепцію, яка припускає існування таких тотожних тем, як «концепція зацікавлених сторін», «корпоративна соціальна діяльність», «етика бізнесу» [1].

На сьогоднішній день питання впровадження соціальної відповідальності у корпоративну культуру має певний рівень розвитку, але він не є достатнім, що веде до зростання відсотку тіньової економіки, банкрутств, поширення безробіття, гальмування економіки на глобальному рівні. Людством повинна бути усвідомлена думка про те, що високий рівень розвитку та успішності функціонування суспільства в цілому має більший ефект, ніж досягнення кожного індивіда окремо. Тоді соціальна відповідальність може також розглядатися як засіб досягнення комерційного успіху. За таких умов підприємства будуть зацікавлені у підвищенні якості своєї продукції й дотриманні інтересів споживачів; зменшаться масштаби проблеми зайнятості, буде забезпечена соціальна безпека та надійність джерел поповнення фінансових ресурсів, збережеться навколишнє середовище, яке є необхідним джерелом для відтворення та розвитку людської спільноти.

Соціальна діяльність підприємницьких структур дозволяє суттєво змінити формат самих соціально-трудових відносин, соціальних і психологічних методів управління на підприємствах, дотримання морально-етичних норм поведінки в трудових колективах, піклування керівництва про задоволення соціальних потреб робітників, їх сімей, поліпшення умов їх існування – все це сприяє гармонізації суспільних відносин на основі розв'язання нагальних соціальних проблем [5].

Соціальна відповідальність повинна бути прирівняна до інтересів індивідуального характеру для підвищення зацікавленості підприємців у розширенні морально-етичного кругозору під час реалізації своєї діяльності, оскільки у свідомості сучасної людини переважають меркантильні пріоритети. За таких умов дана концепція перетвориться на форму поєднання приватних і суспільних інтересів, що сприятиме прогресу суспільства в цілому. Трансформація цінностей людства є достатньо складним і повільним процесом, але не безнадійним. Підтвердженням можливості впровадження моралі у сучасний бізнес є обернений процес, який привів до сучасної ситуації, адже для економіки та господарської діяльності наших пращурів сучасні цінності були не характерними.

Соціальна відповідальність дозволяє компанії створити стійкий позитивний імідж і все частіше враховується при укладанні договорів, отриманні кредитів, страхуванні, при взаємодії з органами влади. Гарна репутація та відповідальність ведення бізнесу дозволяє зберегти клієнтську базу, підвищити темпи та час росту компанії і її прибутковість. Лояльність клієнтів отримується завдяки високому рівню іміджу компанії та її продукції у споживачів. За рахунок високої якості роботи і надання послуг, відкритості інформації та її прозорості і доступності, виконання вимог у сфері соціальної відповідальності полегшується процес залучення інвестицій до діяльності національних виробників. Соціальна відповідальність також відіграє важливу роль у розвитку і збереженні інтелектуального капіталу. Все це веде за собою відповідний економічний результат – підвищення репутації, покращення фінансового стану, ріст продажів, підвищення продуктивності праці і конкурентоспроможності бізнесу [6].

Отже, соціальна відповідальність відіграє значущу роль не тільки на рівні морального розвитку кожного індивіда, а й на суспільному рівні, оскільки сучасні глобалізаційні процеси, стирання кордонів та змішаність культур обумовлюють тісну взаємодію в рамках всього людства. Кожна людина повинна сприймати себе як частину чогось більшого та намагатися забезпечити сталий розвиток суспільства в цілому. Підвищення моральних цінностей і соціальної відповідальності людства дасть поштовх зростанню рівня життя, розквіту світової економіки та злагодженості функціонування механізму світового господарства. В аспекті підприємницької діяльності повинні також відбутися відповідні трансформаційні зміни, адже на сьогоднішній день від сфери бізнесу залежить багато інших ланок життєдіяльності людства. Прозорість економічної діяльності компаній, присутність моралі в процесі ведення бізнесу та усвідомлення відповідальності перед іншими дозволить нівелювати такі глобальні проблеми як безробіття, бідність, виснаження природних ресурсів, забруднення навколишнього середовища та ін. і забезпечити сталий розвиток людства.

### Список використаних джерел:

1. Благов Ю. Е. Генезис концепции корпоративной социальной ответственности / Ю. Е. Благов // Вестник Санкт-Петербургского университета. Общий и стратегический менеджмент. – 2006. – № 2. – С. 3–24.
2. Волосковець Н. Ю. Корпоративна соціальна відповідальність підприємств як основа інноваційного розвитку сучасної економіки / Н. Ю. Волосковець // Наукові праці КНТУ. Економічні науки. – 2010. – № 17.
3. Кравченко А. А. Феномен «соціальної відповідальності» в еволюції суспільних трансформацій / А. А. Кравченко // Гуманітарний вісник ЗДІА. – 2012. – № 51. – С. 217–223.
4. Мазуренко В. П. Сучасна концепція корпоративної соціальної відповідальності у міжнародному бізнесі / В. П. Мазуренко // Електронне наукове фахове видання Дніпропетровського державного аграрно-економічного університету «Ефективна економіка». – 2012. – № 6.
5. Марчук Л. П. Соціальна відповідальність як визначальна стратегія розвитку сучасного бізнесу / Л. П. Марчук // Науковий вісник МДУ імені В. О. Сухомлинського. – 2014. – № 5.2 (101). – С. 51–56.
6. Моїсеєнко Т. Є. Корпоративна соціальна відповідальність в забезпеченні конкурентоспроможності підприємства / Т. Є. Моїсеєнко // Ефективна економіка : електронне наукове фахове видання Дніпропетровського державного аграрно-економічного університету «». – 2012. – № 3.
7. Харламова А. А. Корпоративна соціальна відповідальність необхідний чинник формування корпоративної стратегії / А. А. Харламова // Електронне наукове фахове видання Дніпропетровського державного аграрно-економічного університету «Ефективна економіка». – 2012. – № 9.

### Кушніренко Я. В.

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

### УДОСКОНАЛЕННЯ ОПЛАТИ ПРАЦІ ПРАЦІВНИКІВ ПІДПРИЄМСТВА

У ринкових умовах підприємствам надано велику свободу щодо використання трудового потенціалу і визначенні форм та розмірів заробітної плати співробітників. Працівники ж, в свою чергу, мають свободу у виборі місця працевлаштування, де їм запропонують найпривабливіші умови, при чому, у більшості випадків, першочерговим фактором прийняття рішення щодо влаштування на роботу є розмір оплати праці.

Удосконалення механізму оплати праці надасть змогу зацікавити працівників у досягненні великих результатів праці та призведе до зростання ефективності діяльності організації в цілому. Праця є важливою складовою частиною процесу виробництва, споживання та розподілу виробленого продукту. Участь працівників

у частці знову створеного продукту (матеріального чи духовного) виражається у заробітній платі, яка має відповідати кількості та якості витраченої ними праці.

Заробітна платня є основним ресурсом стимулювання та доходу працюючих на підприємстві. Тому її розміри мають регулюватися державою та керівництвом підприємства [1].

Розуміння економічної природи зарплати, основних чинників, що впливають на її вимір, грає важливу роль у обґрунтуванні заходів, які проводяться з метою підвищення реального доходу основної частини населення.

При встановленні системи заробітної плати орієнтуються на такі принципові засади:

- розмір має бути пропорційним користі, яку приносить співробітник організації, та змінюватися відповідно до корисності його праці у кожному окремому проміжку часу, який оплачується;

- форма оплати праці повинна мати грошовий характер, що не виключає можливості преміювання співробітників у натуральній формі;

- заробітна плата має стимулювати працюючого до роботи.

Система оплати праці включає як спосіб встановлення відношення між мірою праці та мірою винагороди за його виконання, на основі якого и будується порядок нарахування заробітку працівника (форма заробітної плати), так і конкретні розміри тарифних ставок. В систему оплати праці входять також умови, порядок виплат та надбавок компенсаційного та стимулюючого характеру, премій.

Вид системи, розміри тарифів, премій та інших заохочувальних виплат, а також співвідношення у їх розмірах між окремими категоріями персоналу фірми, визначаються самостійно підприємствами та фіксуються у колективних договорах, відповідно до чинної трудової законодавчої бази, а також відповідно до локальних нормативно – правових актів підприємства.

Виділяють основну та додаткову оплати праці. До основної відноситься оплата, нарахована за фактично відпрацьований час, кількість та якість виконаних робіт. Тут оплата здійснюється за підрядами, тарифами, виплатами, пов'язаними

із відхиленням від нормальних умов праці, за роботу у нічну зміну, за понаднормову роботу тощо. До додаткової заробітної плати відносять виплати пов'язані із невідпрацьованим часом, передбачений чинним законодавством. Це і оплата чергових і позачергових відпусток, оплата за час виконання державних та громадських обов'язків тощо.

Роль держави у формуванні заробітної плати полягає в забезпеченні мінімальних гарантій в сфері оплати праці. На жаль, таких завдань, як захист заробітної плати від негативних явищ ринкової економіки і підтримка її купівельної спроможності державне регулювання зараз не виконує.

Загальноукраїнською проблемою підприємств у формуванні заробітних плат є їх оподаткування. Основна частина ПДФО розраховується, утримується та перераховується до бюджету роботодавцем. Високий рівень податкових ставок провокує роботодавця приховувати істинний розмір доходу працівника, породжуючи такі явища, як «сірі» і «чорні» схеми виплат, затримки заробітної плати і її невивплати.

Грамотний та раціональний облік у питаннях оплати праці, розподіл її за сферами виробництва, а також своєчасний аналіз, дозволяють виявити нові резерви у збільшенні оплати праці кожного співробітника [3].

Таким чином, на даний момент в умовах ситуації в Україні можна виділити такі основні варіанти удосконалення оплати праці персоналу на основі:

- значного збільшення стимулюючого фактору;
- підвищення стимулюючого впливу понад тарифних виплат;
- посилення стимулюючої ролі механізму освіти та розподілу засобів оплати праці за підрозділами підприємства.

### **Список використаних джерел:**

1. Павловская А. О формировании системы оплаты труда / А. Павловская // Труд и заработная плата. – 2013. – № 9. – С. 19–23.
2. Мазманова Б. Г. Управление оплатой труда : учеб. пос. / Б. Г. Мазманова. – М. : Финансы и статистика, 2013. – С. 368.
3. Федорова М. С. Совершенствование системы оплаты труда на предприятии / М. С. Федорова // Молодой ученый. – 2012. – С. 121.



**Кушнір А. І.**

*Національний університет водного господарства та природокористування  
(Україна)*

**ПРОБЛЕМИ ВИЗНАЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ  
ОСНОВНИХ ФОНДІВ ВАНТАЖНИХ АВТОТРАНСПОРТНИХ  
ПІДПРИЄМСТВ**

З метою створення підґрунтя економічного зростання в країні автотранспортна галузь, що є складовою виробничої інфраструктури, поєднує основні ланки різних рівнів управління і таким чином впливає на соціально-економічний прогрес суспільства в цілому. У зв'язку з цим особливої актуальності набувають проблеми, пов'язані з підвищенням ефективності використання основних фондів (ОФ) вантажного автомобільного транспорту.

Економічними проблемами підвищення ефективності використання основних фондів займалися такі вітчизняні і зарубіжні вчені, як Д. Г. Збарський, І. О. Мазуркевич, О. М. Сечіна, С. С. Слава-Продан, В. А. Ткаченко, А. В. Череп та інші.

Метою роботи є визначення методики розрахунку показників ефективності використання ОФ вантажних автотранспортних підприємств (далі – АТП).

Серед показників оцінки ефективності використання основних фондів центральне місце займає фондівіддача. Вартісний показник фондівіддачі має ряд важливих переваг: він найбільш простий і наочний, може обчислюватись як по окремих цехах, дільницях, так і в цілому по АТП. На вартісний показник фондівіддачі основних фондів вантажних АТП значний вплив має величина середньої дохідної ставки, яка визначається рівнем тарифів і умовами перевезення вантажів, а також величина цін на продукцію допоміжних виробництв, що реалізується автотранспортним підприємством іншим організаціям і підприємствам. Таким чином, зміна рівнів тарифів на вантажні перевезення і відпускних цін на продукцію при тих самих об'ємних показниках продукції викликає відповідну зміну вартісного показника фондівіддачі ОФ, що є його недоліком,

внаслідок чого аналіз величини вартісного показника фондівіддачі повинен проводитись лише у порівняльних тарифах і цінах.

Ряд науковців [2] твердять, що показником, який «найбільш повно виражає критерій економічної ефективності використання основних фондів вантажних АТП – рентабельність основних фондів. Головна перевага, що дозволяє вважати рентабельність ОФ синтетичним показником ефективності їх використання, полягає у тому, що він відображає як кількісний, так і якісний бік використання основних фондів».

Деякі економісти вважають (О. Вашків, А. Череп), що в основі обчислення основного оціночного показника діяльності транспорту визначальними характеристиками можуть бути часова кількісна і просторова. Це обумовлюється тим, що обсяги і якість транспортних послуг визначаються такими 3-ма параметрами як кількість тонн перевезених вантажів, відстань перевезень та витрати часу на транспортування. Його можна виразити у вигляді такої формули:

$$P = \sum m \cdot L \cdot \frac{t_n}{t_\phi},$$

де  $P$  – вантажообіг, скоректований на коефіцієнт виконання норм часу;

$m$  – кількість тонн перевезених вантажів;

$L$  – відстань перевезення, км;

$t_n, t_\phi$  – затрати часу на перевезення вантажів та вантажно-розвантажувальні роботи відповідно за нормами і фактично.

Для оцінки економічної ефективності ОФ можна розрахувати показники повної фондівіддачі ( $f$ ) і граничної фондівіддачі ( $\Delta f$ ) [3, с. 213]. Гранична фондівіддача дозволяє виявити тенденції зміни у використанні засобів праці, які у подальшому приведуть до зміни величини повної фондівіддачі, розкриваючи при цьому внутрішній характер її формування. Відношення граничної фондівіддачі до повної фондівіддачі показує, як змінилась ефективність використання ОФ у даному періоді порівняно з базовим внаслідок виробничої діяльності автотранспортного підприємства.

Для характеристики екстенсивного завантаження рухомого складу застосовують коефіцієнт використання автомобіле-тонно-днів перебування у господарстві, що обчислюється як відношення автомобіле-тонно-днів в роботі до автомобіле-тонно-днів перебування у господарстві. Перевага цього коефіцієнта полягає у тому, що методика його обчислення враховує не тільки тривалість використання рухомого складу, але і його вантажопідймальність. Недоліком коефіцієнта є те, що він не враховує режиму роботи вантажних АТП. Важливим показником інтенсивності завантаження вантажних автомобілів є коефіцієнт використання пробігу, який відображає рівень раціоналізації транспортних зв'язків і рівень продуктивності рухомого складу – найбільш активної частини ОФ вантажного автомобільного транспорту. Обчислюється як відношення пробігу з вантажем до загального пробігу в кілометрах.

Отже, всі ці показники певною мірою збагачують методику розрахунку ефективності використання ОФ, хоча кожен з них несе відповідне економічне навантаження. В кожному з цих показників по-своєму відображається обсяг роботи, виконаної транспортом. Разом з тим, всім цим показникам притаманні певні недоліки, тому варто здійснювати подальші дослідження щодо ефективності використання основних фондів АТП.

### **Список використаних джерел:**

1. Мазуркевич І. О. Особливості формування складу та структури основних засобів на прикладі підприємств автомобільного транспорту / І. О. Мазуркевич // Формування ринкових відносин в Україні. – 2008. – № 1. – С. 93–97.
2. Слава-Продан С. С. Оцінювання ефективності основних засобів промислових та автотранспортних підприємств [Електронний ресурс] / С. С. Слава-Продан, С. Ф. Гече // Науковий вісник Ужгородського університету. – 2011. – С. 119–123. – Режим доступу : [http://www.nbu.gov.ua/old\\_jrn/natural/Nvuu/Ekon/2011\\_33\\_sv4/SOURCE/26.pdf](http://www.nbu.gov.ua/old_jrn/natural/Nvuu/Ekon/2011_33_sv4/SOURCE/26.pdf)
3. Череп А. В. Ефективність використання основних фондів підприємства / А. В. Череп, А. А. Клименко // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – 2009. – № 6. – С. 212–215.

## ЗМІСТ

|   |    |
|---|----|
| <i>Davyshkub M. D.</i> Information Support of Logistics Activities of Agricultural Enterprises .....  | 3  |
| <i>Ivanchik R. O.</i> Current State and Development Prospects of Agricultural Logistics in Ukraine .....  | 5  |
| <i>Samoilenko A. O., Lysykhin O. G.</i> Development of Transport Logistics in Ukraine .....   | 8  |
| <i>Saulich C., Wohlgemuth V.</i> Beyond Uppsala: Pathways of SME Internationalization .....   | 11 |
| <i>Shevchenko O. V.</i> «Green» (Environmental) Logistics in Agrarian Sector of Economy .....   | 17 |
| <i>Velichko R. V., Yudinseva A. S., Kurinna I.</i> Assessment of the Enterprises Competitiveness .....  | 19 |
| <i>Velychko O. P., Ramanauskas J.</i> Evolution of Production-Logistics System in Agribusiness .....  | 22 |
| <i>Аманов С., Хуторської П. О.</i> Стратегічний потенціал та його оцінка .....  | 24 |
| <i>Антоненко С. О.</i> Аналіз проблем та перспектив розвитку металургійної галузі України .....   | 27 |
| <i>Баклашкин С. М., Хуторской П. А.</i> Формирование организационной структуры предприятия с позиции стратегического менеджмента .....                  | 30 |
| <i>Біла Г. С., Рябик Г. Є.</i> Дослідження проблем нормування праці на підприємствах України в сучасних умовах .....                                    | 33 |
| <i>Біла Ю. Ю., Рябик Г. Є.</i> Вплив конкуренції на рівень життя людей .....  | 36 |
| <i>Вербова О. І., Рябик Г. Є.</i> Сутність стратегії розвитку підприємства .....  | 39 |
| <i>Весторонський Є. В., Хуторської П. О.</i> Особливості управління людськими ресурсами в сучасних умовах .....   | 42 |
| <i>Волошина Ю. Є., Рябик Г. Є.</i> Сучасні підходи до оцінки економічного розвитку підприємства .....   | 45 |
| <i>Гвініашвілі Т. З., Беляев І. С.</i> Інноваційний менеджмент у готельному бізнесі .....   | 48 |
| <i>Гвініашвілі Т. З., Головченко Г. М.</i> Формування стратегії розвитку підприємства у сучасних умовах господарювання .....                            | 51 |
| <i>Гвініашвілі Т. З., Єніна М. В.</i> Проблеми та перспективи сталого розвитку вітчизняних підприємств .....  | 54 |
| <i>Гвініашвілі Т. З., Стрельська О. Б.</i> Перспективні напрями державного регулювання підприємницької діяльності в умовах модернізації економіки ..... | 57 |
| <i>Голей Ю. М., Каціна К. С.</i> Аспекти науково-технологічного розвитку підприємства ракетно-космічної галузі України .....                            | 60 |
| <i>Гонтарева І. В.</i> Роль і значення підприємництва в стійкому розвитку .....   | 63 |
| <i>Гордійко М. С., Бикова В. Г.</i> Чинники розвитку матеріально-технічного потенціалу підприємств харчової промисловості України .....                 | 66 |
| <i>Дураченко К. М., Бикова В. Г.</i> Управління оборотними коштами виробничого підприємства на основі системного підходу .....                          | 69 |
| <i>Євчук К. А.</i> Стратегічне управління як необхідна передумова сталого розвитку підприємства .....   | 72 |
| <i>Єлісєєв Є. Ю., Хуторський П. О.</i> Сталий розвиток як теорія трансформації економічної системи .....  | 76 |
| <i>Захарова Д. С., Гринько Т. В.</i> Особливості розвитку підприємств сфери послуг в Україні .....  | 78 |
| <i>Коваленко В. О., Арбеков М. О., Куценко В. Й.</i> Основні складові індустріального парку .....   | 82 |
| <i>Колісник Х. С., Гринько Т. В.</i> Грейдування – форма оплати праці на сучасних підприємствах України .....   | 86 |
| <i>Косенко А. О., Рябик Г. Є.</i> Сучасні підходи до оцінки економічного потенціалу підприємства .....  | 89 |

|   |     |
|---|-----|
| <i>Котенко Ю. О., Рябик Г. Є.</i> Формування прибутку підприємств в сучасному економічному просторі.....                      | 92  |
| <i>Красняк О. П.</i> Прогнозування взаємовідносин бурякоцукрових підприємств Вінницької області.....                          | 95  |
| <i>Куценко В. Й.</i> Розвиток соціально орієнтованої системи господарювання в системі її економічної безпеки.....             | 97  |
| <i>Куценко В. Й., Дорошкевич Є. С.</i> Соціальна відповідальність у сфері рекламування у мережі інтернет.....                 | 100 |
| <i>Куценко В. Й., Корчевна А. О.</i> Вплив соціальної відповідальності на імідж сучасного підприємства.....                   | 103 |
| <i>Куценко В. Й., Корчевна А. О.</i> Соціальна відповідальність у сфері підприємницької діяльності.....                       | 106 |
| <i>Кушніренко Я. В.</i> Удосконалення оплати праці працівників підприємства.....  | 109 |
| <i>Кушнір А. І.</i> Проблеми визначення ефективності використання основних фондів вантажних автотранспортних підприємств..... | 112 |

---

Н а у к о в е   в и д а н н я

Мови видання: українська, російська, англійська

ЕКОНОМІКА і МЕНЕДЖМЕНТ 2017:  
ПЕРСПЕКТИВИ ІНТЕГРАЦІЇ ТА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

Збірник наукових праць Міжнародної науково-практичної конференції  
(Дніпро, 23–24 березня 2017 р.)

В одинадцяти томах

Том 1. Економіка підприємства:  
проблеми та перспективи економічного  
та соціального розвитку в ХХІ сторіччі

*Окремі доповіді друкуються в авторській редакції  
Організаційний комітет не завжди поділяє позицію авторів  
За точність викладеного матеріалу відповідальність покладається на авторів*

Відповідальний редактор *Біла К. О.*  
Оригінал-макет *Пономаренко Ю. Б.*

Підписано до друку 24.03.17. Формат 60x84<sup>1</sup>/<sub>16</sub>. Спосіб друку – плоский.  
Ум. др. арк. 5,6. Тираж 100 пр. Зам. № 0317/01-2.

Видавець та виготовлювач СПД Біла К. О.

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру  
суб'єктів видавничої справи ДК № 3618 від 06.11.09

Надруковано на поліграфічній базі видавця Білої К. О.  
Україна, 49000, м. Дніпро, пр. Д. Яворницького, 111, оф. 2

тел. +38 (067) 972-90-71

www.confcontact.com; e-mail: conf@confcontact.com